

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA EKONOMICKÉ ŽURNALISTIKY

Obecní zpravodaj Bumerang obce Velká Polom

The Municipal Newsletter Bumerang of the Municipality Velká Polom

Student: Bc. Tereza Mučková

Vedoucí diplomové práce: Ing. Jana Gibarti, Ph.D.

Ostrava 2015

Zadání diplomové práce

Student: **Bc. Tereza Mučková**

Studijní program: N6202 Hospodářská politika a správa

Studijní obor: 6202T095 Ekonomika a právo v žurnalistice

Téma: **Obecní zpravodaj Bumerang obce Velká Polom**
The Municipal Newsletter Bumerang of the Municipality Velká Polom

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
2. Ekonomický a právní pohled na vydávání obecních zpravodajů
3. Srovnání zpravodaje Bumerang se zpravodaji okolních obcí
4. Návrh nové podoby zpravodaje Bumerang
5. Závěr

Seznam použité literatury

Seznam zkratk

Prohlášení o využití výsledků diplomové práce

Seznam příloh

Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

HALLIN, Daniel a Paolo MANCINI. *Systémy médií v postmoderním světě: tři modely médií a politiky*. Přeložil Tomáš TRAMPOTA. Praha: Portál, 2008. ISBN 9788073673772.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Přeložila Hana LOUPOVÁ. 4. vyd. Praha: Portál, 2009. 448 s. ISBN 978-80-7367-574-5.

OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3. vyd. Praha: Libri, 2007. ISBN 9788072772667.


Formální náležitosti a rozsah diplomové práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.


Vedoucí diplomové práce: **Ing. Jana Gibarti, Ph.D.**

Datum zadání: 21.11.2014

Datum odevzdání: 25.04.2015




Doc. PhDr. PaedDr. Milan Sekanina, CSc.
vedoucí katedry


prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracovala samostatně s použitím pramenů a literatury uvedené v seznamu použité literatury.

Ostrava, 25. dubna 2015

.....


Tereza Mučková

Poděkování

Touto cestou bych chtěla především poděkovat Ing. Janě Gibarti, Ph.D., vedoucí mé diplomové práce. A to nejen za trpělivost, shovívavost a cenné rady při tvorbě práce, ale také za celých pět let mého vysokoškolského studia. Mé poděkování patří také mé rodině, především však mé matce za její lásku, večerní diskuze a telefonní sluchátko, bez kterého by práce neobsahovala tolik informací, kolik obsahuje. Chtěla bych také poděkovat Petrovi za všechnu lásku, naslouchání a pochopení. A v neposlední řadě patří můj dík i všem těm, kteří si našli čas a chuť podělit se se mnou o důležité informace o zpravodajích či opravit veškeré gramatické nedostatky, kterých jsem se dopustila. Především tedy panu Ing. Pavlu Vitáskovi, jednateři Tiskárny V Dubí, s. r. o., a paní Lucii Divišové.

Obsah

1	Úvod	4
2	Ekonomický a právní pohled na vydávání obecních zpravodajů	6
2.1	Ekonomický pohled na vydávání obecních zpravodajů	8
2.1.1	Marketingový pohled na vydávání obecních zpravodajů	11
2.2	Právní pohled na vydávání obecních zpravodajů	17
2.2.1	Tiskový zákon	20
3	Srovnání zpravodaje Bumerang se zpravodaji okolních obcí	28
3.1	Obecní zpravodaj Bumerang obce Velká Polom	29
3.2	Obecní zpravodaj Háječan obce Háj ve Slezsku	36
3.3	Obecní zpravodaj Hrabyňák obce Hrabyně	38
3.4	Obecní zpravodaj obce Horní Lhota	41
3.5	Obecní zpravodaj obce Dolní Lhota	43
3.6	Shrnutí a srovnání zpravodajů	45
4	Návrh nové podoby zpravodaje Bumerang	48
5	Závěr	55
	Seznam použité literatury	57
	Monografie	57
	Elektronické zdroje	58
	Právní předpisy	59
	Obecní zpravodaje	59
	Seznam zkratek	60
	Prohlášení o využití výsledků diplomové práce	61

1 Úvod

Odborné či lépe odbornější zdroje uvádějí, že radniční periodika z hlediska profesionální žurnalistické teorie není vhodné označovat za noviny ani zpravodaje. Přesto jsou tak velice často označovány. I v této diplomové práci tak budou nazývány a to nejen proto, že cílem je neustále neopakovat termín radniční periodikum. Těmto termínům se nelze dostatečně vyhnout ani při citování některých radničních titulů, protože slova jako zpravodaj či noviny obsahují přímo ve svém názvu. Ovšem ve své podstatě jsou radniční periodika zpravodaji, alespoň podle původu slova. Zpravují totiž občany o událostech v obci a její činnosti.

Možná právě pro tuto terminologickou nepřesnost jsou radniční periodika velice často podceňována a není jim věnována příliš velká pozornost. Na tento fakt se dá soudit zejména podle toho, že skutečná právní úprava radničních titulů existuje až od roku 2013. Do té doby se dostatečně obecně a široce vycházelo z Ústavy, případně ze Zákona o obcích a do jisté míry také z Tiskového zákona. Radniční periodika jsou přitom docela významným prostředkem politického boje. A ať si to občané uvědomují nebo ne, jsou jim nejbližší. Alespoň z hlediska toho, že se přímo týkají jejich nejbližšího okolí, a to zejména v malých obcích či menších městech. Navíc jsou radniční zpravodaje nejlépe cílené na své publikum a zprostředkovávají jim informace, které je nejvíce zajímají.

Tato diplomová práce je zaměřena na jeden určitý obecní zpravodaj. Je jím obecní periodikum s názvem Bumerang. Jde o zpravodaj obce Velká Polom. Téma není vybrané zcela náhodně, jde totiž o osobní vztah jak k obci, která zpravodaj vydává, tak o vztah ke zpravodaji samotnému. Bumerang se totiž nabízí jako dobrá příležitost pro vykonávání žurnalistické praxe a také pro tzv. vypsání se. Důvodem je blízkost zpracovávaných témat, osobní zážitky, snadný sběr informací a podobně.

Bumerang je vydáván od roku 2002. Od té doby prošel nepříliš patrným vývojem. To ovšem není nijak na škodu. Občané si totiž na podobu periodika zvykli a už při prvním pohledu je jim jasné, že ve schránce je obecní zpravodaj. Co se obsahové stránky týká, prošel zpravodaj určitým vývojem, kterému bude práce alespoň okrajově věnována, zejména se zaměřením na nejaktuálnější čísla.

Práce bude také do značné míry zaměřena na grafickou stránku časopisu. Právě zde jsou totiž spatřovány největší nedostatky, a co je dostatečně alarmující, jsou patrné i pro laiky. Nedostatky jsou spatřovány zejména v množství článků, které nejsou nijak tematicky

uspořádány. Ale také v určité grafické nejasnostech jednotlivých textů. V posledních číslech zpravodaje se totiž objevují určité zvyky, které příliš nepřispívají ke snadné orientaci v textech. Vzniká dojem, že články začínají jinde, než skutečně začínají, což lze bezesporu považovat za zásadní grafickou chybu. Proto bude návrhům ke sjednocení a grafické ucelenosti zpravodaje také věnována část práce.

Aby ale mohly být změny vůbec navrženy, je třeba vytvořit teoretický základ celého problému. Nejprve se diplomová práce bude věnovat právním a ekonomickým základům vydávání radničních zpravodajů. Zpravodaje jsou zpravidla financovány z obecních rozpočtů, tedy veřejných financí. K jejich vydávání je více než vhodné využít některé marketingové zásady, a také se přidržel alespoň základních principů žurnalistiky. Radniční noviny či zpravodaje jsou také od roku 2013 regulovány Tiskovým zákonem. I když jde v zásadě jen o velmi málo paragrafů, jejich úprava je velice zásadní. Obecním zpravodajům se také v poslední době začíná věnovat celá řada odborníků. Zejména právníků, ale také lidí sdružujících se do občanských společností. Právě tito si začínají uvědomovat, jak důležitou roli v komunikaci s občany obecní periodika hrají. Proto se snaží u nich docílit co největší transparentnosti, vyváženosti a objektivitu.

Ve druhé kapitole bude využita komparační metoda. Dojde k porovnání zpravodaje Bumerang se zpravodaji okolních obcí. Konkrétně obcí Dolní Lhota, Hrabyně, Háj ve Slezsku a Horní Lhota. K analýze a následnému porovnání budou využity časopisy, které jsou dostupné na webových stránkách jednotlivých obcí. Kromě obce Hrabyně, kde byly poslední výtisk požádány. Zjištěny byly také alespoň základní informace vypovídající o zpravodajích. Tedy alespoň zhruba vyčíslené náklady na jednotlivé ročníky periodika a další. A také tato fakta porovnat s titulem obce Velká Polom.

Poslední kapitola pak bude věnována už zmíněným návrhům na grafické, ale v zásadě i obsahové změny. Při studiu zdrojových materiálů bylo totiž nalezeno hned několik velmi zajímavých podnětů, které by se daly ve zpravodaji využít. Navrženy budou i nápady, které vzejdou z porovnání Bumerangu se zpravodaji okolních obcí. Jedním z cílů inovací bude také pokus o snížení nákladů na vydávání zpravodaje, ale také určité grafické inovace a jiné návrhy, které vzejdou z doporučené odborné literatury.

Cílem této diplomové práce je tedy porovnat zpravodaj Bumerang se zpravodaji okolních obcí a také navrhnout jeho novou, přehlednější podobu.

2 Ekonomický a právní pohled na vydávání obecních zpravodajů

Jak již bylo několikrát naznačeno výše, pro praktické řešení a hodnocení zpravodaje Bumerang je zapotřebí vytvořit si určitý teoretický základ. Cílem první kapitoly diplomové práce tedy bude přiblížit obecnou problematiku obecních zpravodajů z hlediska ekonomiky, zde půjde především o financování zpravodajů, ale také o některá marketingová doporučení odborných publikací. Dále také o právní rámec vydávání radničních či obecních periodik se zaměřením na novou úpravu tohoto druhu tiskovin a jejího rozboru odbornou veřejností. V neposlední řadě se autorka také pokusí přiblížit alespoň základní žurnalistické požadavky na radniční periodika.

„Informovat obyvatele o dění v obci, provedených i plánovaných investicích, budoucích záměrech, zajímavostech i o kulturních a společenských akcích je hlavním úkolem obecních zpravodajů. Obecní zpravodaj do jisté míry odráží i politickou situaci v obci či městě. Pokud je otevřenější starosta i obecní či městská rada, obecní zpravodaj poskytuje více prostoru i opozici a občanům. Samosprávy vydáváním zpravodaje naplňují jeden ze svých důležitých úkolů, kterým je komunikace s obyvateli. Ti sice mohou informace vyhledat například na úřední desce či webových stránkách, obecní zpravodaj je však díky svému širokému spektru témat i způsobu jejich podání přitažlivější variantou. Oproti místnímu, popřípadě regionálnímu, tisku obsahuje zpravodaj o obci mnohem více informací, čtenáři jsou navíc spříznění znalostí lokality i popisovaných problémů.“ (Šaradínová, 2013, s. 1) Pro obce neexistuje žádná povinnost ukládající vydávání radničních zpravodajů. Ovšem, využití těchto komunikačních kanálů je v současnosti, už podle výše uvedené citace, stále oblíbenějším nástrojem pro komunikaci s občany.

Pokud navíc radnice či obecní úřad nabídne občanům přímou možnost účastnit se vytváření obsahu zpravodaje, dosáhne tak zvýšení jejich zájmu o dění v obci. Šaradínová (2013) radí, aby obec nabídla občanům možnost psát samotné příspěvky, případně dodávat fotografie k textům, podílet se na vymýšlení námětů pro následnou tvorbu textů, nebo poskytovat informace o konaných akcích, které jsou pro ně důležité. Občané se tak, podle Šaradínové (2013), snadněji ztotožní s děním v jejich obci. Budou také více sledovat například to, jak jimi volení zastupitelé plní své předvolební sliby či hospodaří s veřejnými prostředky. Mohou tak do jisté míry přispět k vyšší objektivitě samotného zpravodaje. Případně podnítit reakce opozice, nebo přispět ke zveřejnění negativních názorů, rozvoji publicistiky a podobně.

Ovšem nejčastěji užívaným žánrem, co se týká obsahu radničních periodik, jsou patrně zprávy. I když i zde je třeba zohlednit velikost obce či města a složení redakce zpravodaje. Pokud pro radnici zpracovávají zpravodaj sami úředníci, prakticky zde nelze hledat přesné naplnění jednotlivých žurnalistických žánrů. Zprávy bývají většinou relativně v pořádku, protože odpovědi na základní otázky co, kdo, kdy, kde někde v textu existují, ale složitější žánry, například reportáž, se vyskytují jen velmi zřídka. Má-li ovšem radnice pro zpracování zpravodaje redakci tvořenou novinářem či novináři, zpravodaj tak, co se týká žánrů, získává na hodnotě. Šaradínová (2013) například radí, zaměřit se i na rozhovory s významnými lidmi žijícími na daném území, vydávat medailony, nebát se využívat reportážních žánrů, ale také uplatnit některé publicistické žánry, jako třeba komentář, fejeton a podobně. Sama pak vydala příručku, kde upravuje alespoň základní požadavky na to, jak napsat zprávu. Vysvětluje základní žurnalistické žánry a jejich užití.

Šaradínová (2013) také doporučuje propojit obecní zpravodaj s webovými stránkami obce. Při hlubším zkoumání se to jeví jako zcela logické. Webové stránky lze využít jako snadno a rychle dostupný zdroj informací o daném samosprávném celku. Lze zde tedy umisťovat aktuality, ale i jiné zajímavosti a články. Do zpravodaje pak Šaradínová (2013) doporučuje vybrat nejlepší či nejúspěšnější příspěvky. Otázkou v takovémto případě ovšem zůstává následná čtenost zpravodaje, pokud mají občané vše už dostupné v elektronické podobě. Je tedy nutné, aby příspěvky, které jsou přeneseny i do papírové podoby, prošly redakcí časopisu znovu. Požadavek na jejich rozšíření či zařazení do hlubšího kontextu je nutností, zejména z hlediska dosažení zájmu o zpravodaj. A opět je nutné zdůraznit hledisko toho, kdo tvoří obsah periodika. Pokud jej tvoří úředníci, pak budou mít pravděpodobně malou motivaci a zájem psát pravidelně příspěvky na webové stránky a ještě je modifikovat a rozšiřovat pro následné zařazení do zpravodaje.

Pro výše zmíněné ztotožnění občanů se zpravodajem a vůbec děním na území obce je rovněž důležité informovat o činnosti spolků a sdružení působících v obci, o sportovních oddílech, ale také například o činnosti školy. Šaradínová (2013) dává tyto informace do souvislosti zejména s tím, že lidé rádi čtou o svých příbuzných, hledají na fotografiích z akcí obce či spolků sebe sama nebo své děti. V informacích o činnosti školy se mohou taktéž dozvědět, jak uspěli jejich potomci či jejich spolužáci.

Podle výše uvedených informací se tedy vydávání zpravodaje jeví jako jedna z klíčových činností obce, která umožňuje efektivně komunikovat s občany. Zapojovat je do dění v obci,

posílit jejich ztotožnění se, ale také zájem a aktivitu. „Prostě v každém člověku dřímá – byť podvědomá – touha po spojení, po zapojení se, a to bez ohledu na sociální postavení jednotlivce. Nelze se tedy divit, že tento fenomén se stal předmětem zkoumání i v hospodářské sféře ve snaze využít ho k prospěchu podniku (organizace). To samozřejmě samo o sobě není nic špatného.“ (Němec, 1996, s. 50)

2.1 Ekonomický pohled na vydávání obecních zpravodajů

„Média se však stále více stávají právě průmyslovým odvětvím, aniž by přestala být společenskou institucí. Chceme-li pochopit hlavní principy struktury a dynamiky médií, musíme spolu s politickými a sociokulturními analýzami provádět i analýzy ekonomické. Přestože se média rozvinula jako odezva na společenské a kulturní potřeby jednotlivců a společností, v drtivé většině fungují jako obchodní podniky (jsou financovány soukromými investicemi a spotřebou).“ (McQuail, 2009, s. 228)

Radniční periodika mohou být dobrou cestou ke snadnému zisku inzerentů. Důvod pro toto tvrzení je velice jednoduchý. Radniční periodika mají velmi snadno identifikovatelné mediální publikum, tedy souhrn příjemců daných sdělení. Publikem se totiž, v drtivé většině případů, stávají občané daného samosprávného celku. Kampaň uváděná prostřednictvím inzerátů v radničních novinách tedy může velmi snadno přizpůsobit svou podobu potřebám a nárokům cílové skupiny z dané lokality, což bezesporu může pomoci zvýšit zisk inzerenta.

Jako v každém médiu, i v radničních zpravodajích se za reklamu musí platit. Příjem z prodeje místa na inzeráty nebo krátké reklamy pak může sloužit jako jeden ze zdrojů financování vydávání radničního periodika. Platby za inzerci můžeme podle Zákona č. 250/2000 Sb., zákon o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů, zařadit mezi tzv. příjmy z vlastní činnosti samosprávného celku a stávají se příjmem do rozpočtu obce, která s ním dále nakládá. Jak bude uvedeno níže, inzerce v radničních periodících není žádný problém nebo překážka veřejnému zájmu či účelu periodika. Jeho umístění do periodika je ošetřeno Tiskovým zákonem. Zde jen krátké upozornění, že jakákoliv reklama ve zpravodaji musí být graficky oddělena od ostatních sdělení.

Příjem z inzerátů v radničních periodících je pro tato periodika pravděpodobně jediným příjmem vůbec. Náklady na tvorbu zpravodajů jsou totiž většinou plně hrazeny z prostředků rozpočtů daných obcí, kde bývají i jako výdajová položka k nalezení. Co se zařazení týká, budou tyto výdaje pravděpodobně identifikovány jako „výdaje na vlastní činnost obce v její

samostatné působnosti, zejména výdaje spojené s péčí o vlastní majetek a jeho rozvoj.“ (Zákon č. 250/2000, § 9, odstavec 1, písmeno b).

Z tohoto vyplývá, že z hlediska vlastnictví je periodikum majetkem obce, která ho vydává. Dalo by se tedy říci, že každý radniční zpravodaj je ve veřejném vlastnictví. To skýtá bezesporu velké výhody, pokud je zpravodaj majetkem obce, nemusí bojovat o své místo na trhu, není nijak závislý na tom, co sám na sebe vydělá. Naopak má neustále dostatek financí na provoz. To ovšem podle některých teorií nepřináší nic dobrého. Pokud je totiž subjekt čistě financován z veřejných zdrojů a není odkázán alespoň z části na to, co sám vydělá, podepisuje se to velice často na jeho kvalitě. Zejména na kvalitě obsahu. V uvedeném případě totiž není třeba psát příliš originálně, nebo nacházet témata, která se jinde neobjevila, aby bylo periodikum zajímavé a tedy kupované. Stačí jen psát, a když z toho nebudou peníze, tak se prakticky nic neděje, náklady se nikterak nemusí snižovat. Dochází tedy k jisté ekonomické, ale pokud se to tak dá říct i žurnalistické neefektivitě.

Další nevýhodou toho, že si radnice sama platí a velice často i vydává svůj zpravodaj je, že se tento může stát tzv. hláskou troubou radnice. Tedy texty obsažené v periodiku budou reprezentovat jen názor vedení obce či samotné radnice a opačné názory příliš prostoru nedostanou. Jak bude napsáno níže, na toto úskalí radničních periodik myslí i Tiskový zákon, který ukládá povinnost zveřejňovat příspěvky všech zastupitelů. Této problematice se věnuje i výzkum společnosti Oživení, která v současné době zkoumá vybraná radniční periodika z hlediska objektivitu. Snaží se na vybraném vzorku periodik poukázat na to, jestli je zpravodaj jen hláskou troubou, nebo naopak přináší objektivní informace. Zde je zajímavé například hodnocení objektivitu, které zohledňuje Bielinová (2014). Ta uvádí, že je-li na větším množství fotografií v periodiku ukázán starosta, pak lze zpravodaj považovat za hláskou troubu radnice.

Tím, že se radniční periodika věnují čistě záležitostem obce, na jejímž území vycházejí, je agenda setting, čili nastavování témat, ze strany radnice poměrně jasnou záležitostí. „... zpravodajská média naznačují veřejnosti, co jsou hlavní otázky dne, a to se odrazí na tom, co veřejnost vnímá jako nejdůležitější aktuální záležitosti.“ (McQuail, 2009, s. 527) Radniční periodika sice mohou být za zpravodajská média považována jen částečně, ale i přesto přinášejí občanům zpravodajství a informace o tom, co se na území jejich obce děje. A nastane-li případ, že si periodikum vydává sama radnice, sama také témata nabízí a předává je občanům. Nejčastěji i ve znění, které sama uzná za vhodné. V této souvislosti je proto na

místě uvést ještě jeden termín, a to tzv. primig. Jde o zdůrazňování témat. „Účinkem zdůrazňování témat je v podstatě prosazování určitých hodnotících kritérií; hraje také úlohu při pokusech o řízení zpravodajství. Čelní politikové jsou například často podezíráni z toho, že odvracejí pozornost od nezdarů na domácí politické scéně...“ (McQuail, 2009, s. 530) Téma odvracení pozornosti a skrývání nedostatků je bezesporu nejaktuálnější před volbami, kdy může vedení obce zneužít periodikum například ke své volební kampani.

To, že jsou výdaje na tvorbu periodika hrazeny výhradně z rozpočtu obce má ale i své výhody. Jednou z nich bezesporu je, že může být dané periodikum distribuováno zdarma, ve většině případů rovnou do schránek občanů. Každý tak má velmi snadný přístup k informacím o místě svého bydliště.

Tou druhou pak je nezávislost na inzerentech a na tlacích trhu. McQuail (2009) a Jiráček (2003) se vesměs shodují na tom, že masová média jsou jednak pod obrovským tlakem zájmů inzerentů a zadavatelů reklamy, z jejichž investic žijí, ale také pod nátlakem trhu. Obsah masových médií musí být co nejoriginálnější, aby se médium kupovalo a plynuly z něj příjmy, a to nejen pro redakci, ale i pro už několikrát zmiňované zadavatele reklamy. Radniční zpravodaje tedy neženou kupředu ekonomické zájmy. V ideálním případě by pro ně měla být prioritou veřejná a informační služba, nikoli ekonomické potřeby majitelů a zadavatelů reklamy. Ovšem, i tato výhoda je zároveň nevýhodou. Jak bylo zmíněno výše, může díky nezávislosti na trhu docházet k výrazné neefektivitě.

Podle Jiráčka (2003) má mediální produkce nejvyšší fixní náklady. Připisuje to tomu, že musí vydávat peníze nejen za redakční pracovníky, ale také papír, telekomunikační prostředky, případně za nájem prostorů. Nájem prostorů v případě obecních zpravodajů ve většině případů odpadá, ale je nutno podotknout, že náklady na produkci novin budou pravděpodobně i tak dost vysoké. Zejména pokud je vzata v úvahu výše nákladu periodika, když jej radnice chce skutečně distribuovat do každé domácnosti.

„Média fungují na dvojím trhu: prodávají svoje produkty (deníky a zprávy v nich, časopisy, rozhlasové vysílání či televizní pořady) spotřebitelům a současně prodávají svoje služby (tedy dodávání pozornosti publika) inzerentům.“ (Jiráček, 2003, s. 66) Uzavírá téma nákladů a příjmů periodik obecně Jiráček (2003). Tato souhrnná poznámka se ovšem dá vztáhnout i na radniční periodika, i když jak bylo uvedeno výše, jejich působení v této oblasti je značně specifické a do jisté míry deformované.

Jiráček (2003) také hovoří o tom, že pro masová média je velmi výhodná koncentrace a získání monopolu na určitém segmentu trhu. Mají tak jedinečnou možnost vytěžít dané mediální publikum z hlediska přízně a tím si získat i přízeň inzerentů. Pokud bude tato problematika vztažena na radniční periodika, je jasné, že na lokálním trhu (míněno zejména obec či menší město) má radniční médium monopol. Nemusí se o trh nijak dělit s jiným větším či menším zpravodajem i proto, že se věnuje výhradně lokálním tématům. Ve větších městech pak jsou periodika obvodů vystavována soutěži s trhem, na kterém působí masová média. Mají-li totiž redakci působící mimo radnici, pak se mohou věnovat i takovým tématům, která zpracovávají například celostátní deníky. Případně se věnují obdobným věcem jako regionální Deník vydavatelství Vltava-Labe-Press. Monopol na daném trhu se tedy vyskytuje zejména u malých vesnic či menších měst, protože místním spolkům se velké deníky vůbec nevěnují. Naopak ve městech mohou být například témata jako vánoční trhy a podobná, přebírána i celostátními deníky či elektronickými médii.

Na závěr ještě krátké zastavení u tématu transparentnosti vydávání radničních periodik. Bielinová (2014) při výše uvedeném zkoumání objektivit periodika uvádí také problematiku transparentnosti radničních zpravodajů. Podle ní totiž nezřídka dochází k tomu, že periodikum je vydáváno přímo radnicí samotnou a je tedy do jisté míry psáno na objednávku zde působících politických elit. Proto radí, aby byla tvorba periodika a jeho následná produkce a distribuce, vedena formou veřejné zakázky, kde se podle stanovených kritérií vybere nejvhodnější uchazeč. Bielinová (2014) tímto míní, že se předejde i přílišnému zasahování vedení radnice či jejích pracovníků do obsahu periodika. Tímto krokem se také dosáhne větší efektivnosti a objektivit daného listu.

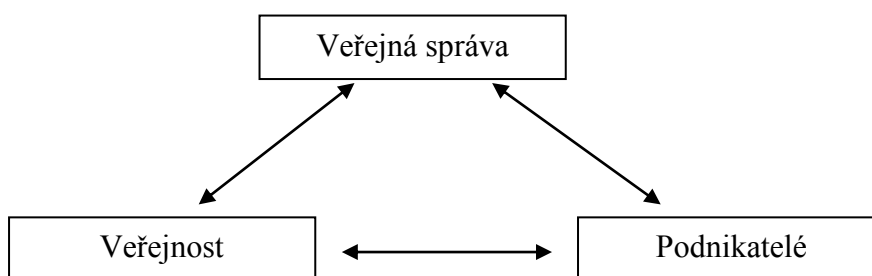
2.1.1 Marketingový pohled na vydávání obecních zpravodajů

„... je dnes marketing obecně definován jako proces plánování a realizace cenové politiky, podpory a distribuce idejí, služeb a zboží s cílem tvořit a směřovat hodnoty a uspokojovat cíle jednotlivců a organizací.“ (Osvaldová, 2007, s. 117) Foret (2011) k tomu dodává, že jádrem veškerého marketingu veřejné zprávy jsou pak vlastnosti, které dané místo dostalo do povědomí, a jsou tedy veřejností, ať už jde o jakoukoliv cílovou skupinu, očekávány.

Tvorba obecního zpravodaje je bezesporu jednou z důležitých složek marketingu veřejné správy. Na jedné straně může přispět k prezentaci úřadu jako takového, rovněž ale napomáhá prezentaci obce či nejbližší lokality. Jednak informuje občany, místní podnikatele

či činitele veřejného života, ale může se také stát prostředkem k přitáhnutí návštěvníků či nových podnikatelských aktivit na své území. Radniční zpravodaj jako složka prezentace obce nebo města by tedy měl splňovat alespoň základní marketingová kritéria. „Města a obce totiž neexistují ve vzduchoprázdnu, nacházejí se v konkurenčním prostředí, soupeří o návštěvníky (turisty), ale také o mladé přistěhované občany, ucházejí se o přízeň investorů s mnoha dalšími obcemi, městy či regiony.“ (Foret, 2011, s. 385) Foret (2011) dále uvádí, že k takovému působení je zapotřebí uvědomit si, že spolu musí spolupracovat klíčové složky života v obci, jak znázorňuje obrázek níže (viz Obrázek 2.1).

Obrázek 2.1 Spolupráce a komunikace při rozvoji místa



Zdroj: Foret, 2011, s. 385, vlastní zpracování

Vztah veřejné správy k ostatním dvěma subjektům je velice důležitý. Protože obec, která má zájem na svém území soustředit pro ni zajímavé podnikatelské aktivity, musí znát potřeby podnikatelů a snažit se je alespoň částečně splnit a tím je nalákat. Obec taktéž musí podnikatele nějak informovat o tom, že právě ona nabízí přijatelné podmínky pro jejich rozvoj. Podnikatelé ale na oplátku musí komunikovat s ní, a to nejen o svých potřebách. Také mohou přinášet potenciální investice do daného území, pracovní místa pro občany a tak podobně.

Obec by rovněž měla komunikovat se svou veřejností. Občané by s ní měli sdílet své potřeby, podněty, připomínky a obec by se je měla snažit reflektovat, případně i uvádět v život. Pokud občanům poskytne informace o dění v obci, o tom co nabízí, ale také informace pro výkon jakési kontroly občany volených orgánů, pak se občané cítí ztotožnění s děním ve své obci, častěji o ní hovoří na veřejnosti nebo s ostatními, tím jí vytvářejí reklamu, ale může je to motivovat i k větší aktivitě ve prospěch dění v dané obci.

K takovéto práci jsou zapotřebí informace a jakási potřeba být informován. Podle Foreta (2011) mají občané vůči veřejné správě potřebu orientovat se. Ať už v dění v obci a

jejím životě, ale také třeba na obecním úřadě nebo radnici. K tomu marketing rovněž velice efektivně slouží. Chtějí rovněž vědět, proč a co mají dodržovat. Proto je například dobrým krokem, když radniční zpravodaj obsahuje alespoň stručný přehled toho, co projednávalo zastupitelstvo obce. Občané taktéž od veřejné správy očekávají určité služby a chtějí mít možnost do jisté míry kontrolovat její činnost. „Když se občan nedozví, co mu úřad sděluje, není to chyba občana, ale úřadu. Měl by volit takovou komunikaci (zakódovanou zprávu i sdělovací prostředek), aby k občanovi v potřebném čase a na vhodném místě dorazila a ten jí porozuměl. Úřad je tu přece pro občana.“ (Foret, 2011, s. 392) K tomu se kromě webových stránek obce, kde jsou informace k nalezení v reálném čase, jeví více než vhodný právě obecní zpravodaj. Zde se totiž otevírá ještě jedna možnost navíc. Výše uvedené požadavky je možno zarámovat do kontextu, dát do souvislostí s jinými potřebnými informacemi. Podle Foreta (2011) navíc funguje jakási přímá úměra. Čím více informací o činnosti obce občané mají, tím jsou spokojenější a jejich osobní prezentace obce navenek je lepší.

Dalším důležitým požadavkem správného marketingu obce je jednotný vizuální styl všech komunikačních prostředků obce. „Jednotná úprava všech písemností, jež mají co dělat s podnikem (organizací). Počínaje úpravou firemního dopisního papíru, prospektů, podnikového časopisu apod. Smyslem je, aby adresát okamžitě rozpoznal původ ‚té naší‘ písemnosti v záplavě jiných.“ (Němec, 1996, s. 51) I když zde Němec (1996) hovoří o úpravě stylu podniku, je definice bezesporu platná i pro radnice a obecní úřady. Je důležité, aby se jejich tiskoviny, i zpravodaje, daly mezi dalšími snadno rozlišit a na základě znalosti vizuálního stylu také zařadit.

Jedním z klíčových požadavků v tomto směru je barevná jednotnost, protože barvy jsou jedna z prvních věcí, které člověk, uživatel, podvědomě vnímá. Obec Velká Polom, jejíž zpravodaj je předmětem analýzy, bohužel nezvolila jednotnou koncepci. Webové stránky obce jsou vyvedeny v bílo-zeleno-hnědé kombinaci. Zpravodaj s názvem Bumerang je pak bílo-modrý. Obec má ve znaku zlomenou lípu s hnědým kmenem a zelenými listy, vše na zlatém (graficky žlutém) pozadí. Logickou barevnou souvislost mají tedy webové stránky. Zpravodaj bohužel do značné míry vybočuje z řady. Jde tedy o ukázkový případ nerespektování jednotného vizuálního stylu prezentace. Zařazení sice pomůže název tiskoviny, ale dokud si jej uživatel nepřečte, nepřihadí si obecní zpravodaj právě k Velké Polomi, což je chyba.

Co se obsahové stránky zpravodaje týká, zde Šaradínová (2013) ve shodě s Foretem (2011) uvádí, že je více než žádoucí rozdělit zpravodaj na jednotlivé rubriky. Ty se pak podle požadavků aktuálního čísla mohou a nemusí objevovat. Některé jen občas, některé například v každém čísle. Foret (2011) dokonce uvádí konkrétní příklad toho, jak by měla struktura rubrik v obecním zpravodaji vypadat. Využil k tomu Dobroučské noviny:

- „Úvodník. Redakční sloupek upozorňující na mimořádně závažná sdělení, na novinky, případně vysvětluje změny v obsahu a zpracování.
- Aktuálně. Aktuálně probíhající záležitosti, aktuální události, oficiální vyjádření představitelů obce, rozhovory, výsledky voleb.
- Zastupitelstvo a rada obce. Poslední rozhodnutí a usnesení – zápisy ze zastupitelstva obce doplněné o souvislosti a potřebné detaily, výrazné upozornění na příští termín zastupitelstva obce, plné znění usnesení zastupitelstva obce.
- Projekty. Aktualizace dlouhodobě probíhajících projektů, jako jsou výstavba čističky odpadních vod, veřejného osvětlení atd.
- Upozornění. Termíny svozu odpadu, úhrady poplatků, rady, připomenutí, oznámení, obecní inzerce.
- Komentáře. Názory občanů i zastupitelů k dění a rozhodnutím.
- Firmy. Praktická sdělení, informace, články o místních firmách, zejména o službách, včetně zdravotnických zařízení.
- Instituce. Místní školská zařízení, včetně základní umělecké školy.
- Sportovní kluby. Přehled činnosti, termíny utkání, výsledky.
- Spolky a jiná zájmová činnost. O spolkové činnosti, akcích, včetně charity.
- Inzerce. Mohou zadávat občané i firmy.
- Společnost. Společenská rubrika – narození, jubilea.
- Texty o různých tématech. O místní historii, slohové práce dětí.
- Kultura. Kulturní akce, pozvánky, termíny přehledně uspořádané, upozornění na zajímavé akce v okolí.
- Závěr. Tiráž, příští vydání, uzávěrka.“ (Foret, 2011, s. 432-433, vlastní úprava)

Trošku jiný návrh má Jirák (2003), který složení rubrik popisuje spíše na masových médiích. To ale nic nemění na faktu, že jeho návrh může být použit i při tvorbě obecního zpravodaje. Navrhuje, aby první místo měla politika. V případě radničních periodik může jít

právě o zasedání zastupitelstva, úvodní slovo starosty nebo organizační záležitosti obce. Jako druhou umísťuje Jiráček (2003) ekonomiku. Zde spadají záležitosti jako rozpočet obce, hospodaření, ale i nějaké plány investic a rozvoje obce. Rubrika zahraničí asi není pro radniční zpravodaje úplně vhodná. Ale i tak zde redakce může zařadit například zpravodajství a zajímavosti z okolí obce. Zprávy z domova a zprávy z kultury jsou neodmyslitelnou součástí tradiční, byť roztržité, skladby obecních zpravodajů. Jako poslední Jiráček (2003) zařazuje sport. Zde lze zahrnout výše zmíněné sportovní spolky a sportovní aktivity v obci i okolí.

Šaradínová (2013) také upozorňuje na důležitost zahrnutí příspěvků o obci, které byly například uveřejněny v regionálních nebo celostátních denících, aby občané věděli, že je o jejich obec zájem. Doporučuje rovněž informovat o důležitých rozhodnutích na krajské či přímo vládní úrovni, které se bezprostředně dotknou života samotné obce. Uvádí také ale, že by redakce zpravodaje neměla zapomínat ani na okolní obce. Pokud chce radnice v občanech budovat pocit sounáležitosti, měla by ve zpravodaji dostat prostor i témata z okolních obcí.

Je jasné, že ne všechny rubriky a doporučení najdou uplatnění na stránkách zpravodajů malých obcí, ale na druhou stranu není od věci se ze zkušeností jiných alespoň poučit. Rozdělení radničního periodika na rubriky přispěje ke snazší orientaci a k lepší selekci témat čtenáři. Ne každého totiž zajímají sportovní akce v obci, nebo záležitosti kultury.

Kromě rozdělení obecních zpravodajů do rubrik je také důležité, kam se která informace ve zpravodaji umístí. „Platí pravidlo, že většina novin je čtena ‚odpředu‘, že zpráva nebo dokonce obsažnější informace umístěná na stranách 1-3, a k tomu ještě vpravo nahoře, má největší šanci být zaznamenána.“ (Němec, 1996, s. 136) Možná jsou to na úrovni zpravodajů v malých obcích přehnané požadavky, ale i tak je tato informace užitečná. Pokud si totiž ten, kdo dává zpravodaji grafickou podobu, tento fakt uvědomí, může dopad závažnějších zpráv nebo textů zvětšit či zefektivnit.

Na závěr kapitoly ještě drobný pohled na samotnou tvorbu textů pro periodikum. McQuail (2009) upozorňuje na fakt, že si autoři článků musí uvědomit, jaké je jejich publikum a podle toho mu podat to, co chtějí sdělit. Jinak dojde k mylné nebo neúplné interpretaci sdělení a případné dezinformaci adresáta. I z toho důvodu existuje celá série rad, jak napsat kvalitní text či zprávu.

Asi nejzákladnějším požadavkem je, aby se původce sdělení vyjadřoval tak, aby mu adresát plně porozuměl. Obecná poučka zní, že novináři musí rozumět i babička ze Šumavy.

Proto je podle Šaradínové (2013) potřeba volit jednoduchá slova a krátké věty. Theobald (2006) také radí neužívat příliš květnatý jazyk. Podle něj je jednodušší, ale jasnější jazyk a skladba vět praktičtější pro pochopení. Vrstvení cizích a rozvíjejících slov naopak příliš nedoporučuje. Čtenář jednoduchost ocení, i když autorovi může text na první pohled přijít například strohý.

Každý text by si po sobě měl autor několikrát přečíst. I když ho ještě čeká korektura, měl by být kvalitní už v době odevzdání. Každá zpráva by měla mít nějakou posloupnost, jednotlivé odstavce pojednávají každý pouze o jednom tématu. Pokud je zvoleným žánrem zpráva, pak by se mělo objevit i pravidlo obrácené pyramidy pro případ, že by zrovna onen daný příspěvek musel být krácen. Článek také není vědecká práce. Autor by měl preferovat činný rod před trpným. „Konečně když už se bavíme o stylu, snažte se psát co nejkratší věty. Umožníte tak čtenáři, aby snadno a rychle zachytil důležité informace.“ (Theobald, 2006, s. 67) Theobald (2006) radí, aby autoři nebyli při tvorbě příspěvků záhadní a nesnažili se psát tak, aby příspěvky působily tajemně. I toto je totiž snadná cesta ke špatné interpretaci sdělení.

Titulky příspěvků by měly být jasné, měly by uvádět, čeho se příspěvek týká. Také musí být poutavé. Když titulek není ničím zajímavý, pravděpodobnost, že čtenář věnuje pozornost takto uvedenému textu, rapidně klesá. Na druhou stranu ale není příliš rozumné snažit se titulek vytvořit tak, aby působil nějak básnicky zvláštně, obsahoval podivné konstrukce nebo se ve čtenáři snažil vyvolat pocit, že jde o nějakou záhadu, kterou je třeba neprodleně rozluštit. Titulek obecně bývá pokládán za nejproblematictější část tvorby textu. Musí být zajímavý, ale ne bizarní. K napsání titulu, který zaručeně zaujme je potřeba notná dávka cviku. Možná i proto se titulky v radničních periodících velkou nápaditostí nevyznačují.

Theobald (2006) přidává na závěr kapitoly věnované tomu, jak psát velmi zajímavou radu. Čtenářům doporučuje, aby si svůj příspěvek přečetli buď rovnou nahlas, nebo aby si ho přeříkali v hlavě s důrazem na tón svého hlasu. Píše totiž svůj příspěvek v nějaké náladě, kterou vyjádří právě tón jejich hlasu. Je ale důležité si také uvědomit, že podle nálady volíme slova. A toto vše dohromady pak dá výsledný pocit čtenáře z příspěvku. Theobald (2006) tedy upozorňuje i na spojitost volby slov, a tím jakéhosi tónu článku, a následného působení zmíněného textu na čtenáře.

Tvorba článku, ale i jeho prezentace a zařazení není tak jednoduchou záležitostí, jak by se mohlo na první pohled zdát. Samotná skladba a prezentace obecního zpravodaje je

bezesporně nejdůležitější a zároveň nejsložitější stránkou tvorby radničního periodika. Jak bylo totiž řečeno výše, stránka tržního boje se radničního tisku až tak nedotýkájí z důvodu jasné identifikovatelné cílové skupiny, ale také jasné vymezenému segmentu trhu, kde periodikum působí. Také témata, kterým se periodika věnují, jsou krajsky relativně unikátní a vůbec nejbližší občanům obce, proto nemají konkurenci v pravém slova smyslu. Taktéž jejich financování z rozpočtu obce značně usnadňuje jejich pozici. Ale i tak je třeba zpravodaj správně tzv. prodat občanům, aby se k nim dostaly potřebné informace. Takže, i když mají radniční periodika obecně výhodnější pozici, jejich boj o přízeň čtenáře je složitější a pod větším drobnohledem. Možná právě proto, že mají k lidem nejbližší.

2.2 Právní pohled na vydávání obecních zpravodajů

„Způsob, jímž jsou řízena média v demokratických společnostech, odráží jednak jejich nenahraditelnost (celého odvětví) pro podnikání, politiku a každodenní společenský a kulturní život, ale také jejich relativní odolnost vůči usměrňování ze strany vládních orgánů. Některé kontroly, omezení a předpisy jsou nezbytné, ale zásady svobody (projevu i trhu) vyžadují obezřetný přístup k regulaci a kontrole.“ (McQuail, 2009, s. 245) Dále McQuail (2009) pokračuje tím, že z jeho pohledu je vhodné používat termín řízení pro všechny zákony, předpisy a jiné formy právních regulací, ale také pro interní regulační mechanismy, kterými myslí například etické kodexy, které vedou média k určitému cíli. Podotýká ale, že mnohdy jsou předpisy značně rozporuplné. Termínem řízení ale McQuail (2009) míní i předpisy a mechanismy pro kontrolu médií, i když ty samotné kontrolu většinou popírají a odmítají. Ovšem právní rámec i ve sféře tisku je zcela nezbytný pro dodržování základních požadavků ústavy daného státu, ale také Listiny základních práv a svobod.

Nejvhodnější cestou k uchopení právního podhledu na vydávání radničních periodik se bezesporně jeví jakési sestupování od nejobecnější úpravy k té, která je nejužší zaměřena a dotýká se přímo radničních periodik. Je tedy více než vhodné začít Ústavou České republiky, těsně následovanou Listinou základních práv a svobod, dále se zaměřit na Zákon č. 128/2000 Sb., zákon o obcích (obecní zřízení) a na závěr na Zákon č. 46/2000 Sb., zákon o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (Tiskový zákon).

Ústava ustavuje územně samosprávné celky, což jsou obce a zaručuje jim vlastní samosprávu. „Zaručuje se samospráva územních samosprávných celků.“ (Ústava ČR, článek 8) Do jisté míry by se i vydávání periodického tisku dalo pokládat za výkon samosprávy.

Obce totiž samy spravují své záležitosti, ale i zpravují občany žijící na území dané obce o své činnosti. Další úpravu samosprávných celků lze nalézt až v hlavě sedmé. Zde se konkrétně k vydávání obecních zpravodajů vztahuje článek 101, odstavec 3. „Územní samosprávné celky jsou veřejnoprávními korporacemi, které mohou mít vlastní majetek a hospodaří podle vlastního rozpočtu.“ (Ústava ČR, článek 101, odst. 3) Vydávání zpravodaje či jiné podoby tiskoviny je přímo součástí hospodaření obce. Nejde totiž jen o informační hodnotu listu, ale také o s ním spojené náklady, které se hradí z rozpočtu dané obce.

Součástí ústavního pořádku České republiky je podle článku 3 Ústavy ČR i Listina základních práv a svobod. V článku 17 Listiny je upravena svoboda projevu, každý člověk má tedy právo na svobodný projev a šíření svých názorů. Zároveň se tímto článkem svoboda projevu i omezuje. „Svobodu projevu a právo vyhledávat a šířit informace lze omezit zákonem, jde-li o opatření v demokratické společnosti nezbytná pro ochranu práv a svobod druhých, bezpečnost státu, veřejnou bezpečnost, ochranu veřejného zdraví a mravnosti.“ (Listina základních práv a svobod, článek 17, odstavec 4) Také zde ale existuje ustanovení, které jako prostředek omezení svobody projevu zapovídá cenzuru. „Cenzura je nepřípustná.“ (Listina základních práv a svobod, článek 17, odstavec 3)

Toto ustanovení se bezesporu dotýká i radničních periodik. Důvod je zcela prostý, a to zejména politický nátlak. Vedení radnice by totiž velice snadno bylo schopno ovlivňovat obsah periodika tak, aby nevyzníval negativně či příliš pozitivně na danou politickou stranu či vedení obce. A podle některých příkladů uváděných advokátkou Bielinovou (2014) se tak občas i skutečně děje. Pro tento případ by se ale na zcela obecné úrovni právní úpravy vydávání radničních periodik dal využít článek 22 Listiny: „Zákonná úprava všech politických práv a svobod a její výklad a používání musí umožňovat a ochraňovat svobodnou soutěž politických sil v demokratické společnosti.“ (Listina základních práv a svobod, článek 22)

Za zmínku ještě určitě stojí článek 17, odstavec 5. „Státní orgány a orgány územní samosprávy jsou povinny přiměřeným způsobem poskytovat informace o své činnosti. Podmínky a provedení stanoví zákon.“ (Listina základních práv a svobod, článek 17, odstavec 5) Periodika vydávaná radnicí jsou bezesporu jedním z možných prostředků pro poskytování informací o tom, jak radniční autority pracují. Navíc v současné společnosti jsou určitě velice vítaným prostředkem, zvláště pokud se věnují skutečně tomu důležitému a klíčovému. Poskytují pocit sounáležitosti a dojem spolupodílení se na rozhodování a hlavně jakési

vědomí informovanosti. Splňuje se tak i požadavek článku 21 Listiny základních práv a svobod, a to právo všech občanů spolupodílet se na rozhodování o věcech veřejných.

Svatošová (2006) také uvádí, že radniční periodika po stránce vydávání, ale i po stránce ekonomické a obsahové ovlivňuje Zákon č. 128/2000 Sb., zákon o obcích (obecní zřízení). Poskytuje rovněž výčet určitých paragrafů, které se mohou radničních tiskovin dotýkat. Přímé ustanovení povinnosti zveřejňovat touto formou informace v zákoně o obcích nelze nalézt. Prakticky v něm ani žádný přímý odkaz na vydávání zpravodajů nenajdeme. Svatošová (2006) upozorňuje na § 93, odstavec 1, kde se ustavuje povinnost zveřejnit informace o konání zasedání zastupitelstva obce na úřední desce a také jinou formou v místě obvyklou. Zde tedy můžeme hovořit o nepřímou narážku na radniční periodika. Obdobná úprava je k nalezení v § 97: „Obec informuje občany o činnosti orgánů obce na zasedání zastupitelstva obce a dále jiným způsobem v místě obvyklým.“ (Zákon č. 128/2000 Sb., § 97) I zde je tedy vyzorovatelná narážka na radniční periodika, i když přímo možnost této cesty zveřejnění informací není uvedena.

Svatošová (2006) k tomuto tématu uvádí: „Je samozřejmě žádoucí, aby vydávání radničních periodik nebylo stanoveno jako povinnost, neboť jde o rozhodnutí příslušející do samostatné působnosti obce, která je činí s ohledem na svou velikost, rozpočet, potřeby občanů apod.“ (Svatošová, 2006, s. 8) Krátce se také věnuje požadavku vyváženosti periodik s aplikací na radniční listy. Zde zdůrazňuje § 2, odstavec 2, Zákona o obcích, kde je mimo jiné uvedeno, že obec pečuje o potřeby svých občanů a o jejich rozvoj. Požadavek vyváženosti tak opět přímo upraven není k nalezení. Lze jej jen jaksí vyčíst ze smyslu uvedeného ustanovení.

Co se týká obsahové náplně radničních periodik, zde Svatošová (2006) opět uvádí jen okrajově použitelné paragrafy, protože přímou úpravu opět nelze v Zákoně o obcích nalézt. Domnívá se ale, že vydávání radničních periodik, ať už po stránce obsahové, tak po stránce redakční práce spadá výhradně do pravomocí rady obce. Upraveno v § 102, odstavec 3 Zákona o obcích. Jediná možnost členů zastupitelstva, jak ovlivnit vydávání radničního periodika jako takového, je rozhodování o rozpočtu obce, jehož součástí náklady na vydávání tiskoviny bezesporu jsou. Jelikož zastupitelstvo schvaluje rozpočet obce, podle § 84, odstavec 2, písmeno b Zákona o obcích, jeví se tato možnost jako jediná zákonná cesta, jak vydávání periodika ovlivnit.

2.2.1 Tiskový zákon

Poslední a zároveň nejkonkrétnější úpravou radničních periodik je Zákon č. 46/2000 Sb., zákon o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (Tiskový zákon). Předmětem úpravy tohoto zákona jsou povinnosti vyplývající z vydávání periodického tisku. Tím jsou myšleny noviny, časopisy a jiné tiskoviny, které však mají společný název. Důležitý je také znak periodicity, tedy jisté pravidelnosti ve vydávání. Proto, aby byla tiskovina považována za periodikum, musí vyjít alespoň dvakrát za kalendářní rok. Periodický tisk mohou vydávat fyzické i právnické osoby, kterými jsou také obce. Důležité rovněž je, že tiskový zákon upravuje periodika vycházející pouze na území České republiky.

Tiskový zákon v kostce je shrnut do tohoto tvrzení: „Tiskový zákon v demokratické společnosti vytváří právní rámec činnosti tiskových médií a jeho funkcí je ochrana lidských práv a svobod. Na jedné straně zaručuje svobodu projevu a možnost vydávat periodika všem zainteresovaným stranám. Na straně druhé chrání individuální práva, jako je např. právo na ochranu osobnosti, a dává možnost nápravy porušení těchto práv způsobem, který by ostatní právní normy nemohly zajistit. Jedná se především o tiskovou opravu a odpověď, kterou je vydavatel povinen zveřejnit v případě, kdy periodický tisk zveřejní skutková tvrzení, která se dotýkají cti, důstojnosti nebo soukromí, případně dobré pověsti dané osoby.“ (Osvaldová, 2007, s. 235)

Tiskový zákon do roku 2013 taktéž nijak neupravoval radniční periodika. 1. listopadu 2013 však nabyl účinnosti Zákon č. 305/2013 Sb., který upravuje zmíněný Tiskový zákon a zavádí do něj pojem a úpravu radničních periodik. Zákon byl, podle stránek Ministerstva kultury ČR, přijat jako jeden z úkolů v rámci strategie boje proti korupci. „Naplnění úkolu spočívalo v zavedení opatření, jež budou směřovat k úpravě vydávání periodického tisku orgány územních samosprávných celků, ve smyslu poskytování objektivních a vyvážených informací s výslovným zakotvením požadavku objektivní a vyváženosti informací šířených veškerými informačními prostředky. Cílem změny tiskového zákona je zajistit objektivní informovanost občanů územních samosprávných celků o činnosti a průběhu jednání jimi volených zástupců.“ (webové stránky Ministerstva kultury ČR, 2013)

Hned první zmínku o radničních periodících je možno nalézt v § 3, písmene g. Zde je zaveden pojem periodický tisk územně samosprávného celku tedy obce. Je jím myšlen „periodický tisk, jehož vydavatelem je obec, kraj nebo hlavní město Praha nebo jeho městská

část (dále jen „územní samosprávný celek“) nebo právnická osoba zřízená či založená územním samosprávným celkem či společně více územními samosprávnými celky nebo právnická osoba, kterou územní samosprávný celek sám nebo spolu s dalšími územními samosprávnými celky ovládá podle zvláštního právního předpisu, anebo periodický tisk, jehož obsah, vydání a veřejné šíření zajišťuje jiný vydavatel na základě smlouvy s územním samosprávným celkem či společně s více územními samosprávnými celky.“ (Zákon č. 46/2000 Sb., § 3, písmeno g) Jak lze tedy z ustanovení paragrafu vyvodit, není přímo nutné, aby tiskovinu, která je považována za tzv. radniční periodikum vydávala přímo radnice či obecní úřad. Může k tomu využít i jinou fyzickou nebo právnickou osobu, a to ať už s účelem veřejným (jako například svazek obcí), nebo fungující čistě jako soukromý subjekt. Vše je ovšem nutno ošetřit smlouvou. Veřejným šířením periodika je pak, ve znění Tiskového zákona, distribuce tiskoviny předem určenému počtu lidí. V žurnalistické terminologii je vhodné užít formulace jako masové publikum.

Co se týká odpovědnosti vydavatele za obsah periodika, ta se ani u radničních listů nijak nemění. Vydavatel tedy odpovídá v plné šíři za uveřejněné informace. Z této odpovědnosti je vyňata pouze reklama a inzerce, kterou ovšem nezadává sám vydavatel. Za obsah těchto dvou podob placené propagace odpovídá zadavatel reklamy do tiskoviny.

Výše byl uveden problém, který nastínila Bielinová (2014), tedy značná politická jednostrannost radničních tiskovin, a to zejména v případě, že jsou vydávány samotnou radnicí. Tomu alespoň částečně předchází jedna z nových úprav radničních periodik v Tiskovém zákoně. V § 4a Tiskového zákona je uvedena povinnost vydavatele radniční tiskoviny uvádět objektivní a vyvážené informace o samosprávném celku, ale také poskytovat přiměřený prostor pro vyjádření zastupitelů, ať už opozičních, nebo případně i koaličních. K vyjádřením zastupitelů je také doložen požadavek, že se vyjádření musejí týkat samosprávného celku. Ustanovení je do značné míry podobné požadavkům kladeným na média veřejné služby. Tedy již zmíněná objektivita a vyváženost informačního celku. A zde právě naráží Bielinová (2014) na vydávání periodik samotnými radnicemi. V praxi ovšem právě k tomuto paradoxu dochází a je tedy velice těžké zejména objektivitu dodržet.

V této souvislosti je také důležité si uvědomit fakt, který uvádí Hallin (2008): „Bez ohledu na téma mediálního vlastnictví, financování a regulace, hraje stát vždy důležitou úlohu jako zdroj informací a „primární dirigent“ zpráv..., s mimořádným vlivem na agendu a zarámování veřejných témat.“ (Hallin, 2008, s. 72) A navíc ještě: „Dalším důležitým prvkem

... je z historického hlediska organizační propojení médií a politických stran nebo dalších typů organizací včetně odborů, různých sdružení, církví a podobně, které jsou napojeny na politické strany.“ (Hallin, 2008, s. 56) Už z historického kontextu je tedy napojení médií na politické strany tradiční. Pokud jen pohlédneme pár roků zpět, celostátní média byla výhradně rozdělena mezi politické strany. Svým sympatizantům tak nabízela názory a agendu, které přesně mířily na jejich potřeby a politické preference. Tento trend nebyl typický jen pro českou mediální scénu, ale jak uvádí Hallin (2008), například i pro Německo a jiné evropské země.

Pokud ve výše uvedeném tvrzení dojde k substituci pojmu stát za pojem obec nebo územně samosprávný celek, pak nutně vyplyne závěr, že je zcela pravdivé. Obec či město sama nabízí agendu, která bude v radničním periodiku zpracovaná. Je tedy velice těžké se vyhnout jejím vlivům a vysvětlením, které celek jako takový sám nabízí. Redaktoři tak mnohokrát ani nemohou objektivitu sdělené dosáhnout, protože informace, které užívají jako zdrojové, pocházejí přímo z radnice jako jediného zdroje, jiný není dohádatelný.

V radničních tiskovinách, jako v každých jiných, platí také požadavek § 6 Tiskového zákona, tedy povinnost oznámení naléhavého sdělení. Pravděpodobně do značné míry záleží na periodicitě dané tiskoviny, aby mohlo být naléhavé sdělení uveřejněno. Je také v zájmu obcí, aby občanům daly o naléhavé situaci vědět, a pravděpodobně k tomu využijí jiné komunikační kanály, například obecní rozhlas, webové stránky obce a podobně. Zákonná povinnost tedy platí i pro radniční periodika, ale každá obec má více možností jejího naplnění a pravděpodobně bude periodikum jedna z posledních možností. Zvláště ve vztahu k tomu, že radniční noviny mívají i čtvrtletní periodu vydávání. V případě naléhavého sdělení může být takto dlouhá prodleva značným problémem.

Záměr začít vydávat radniční periodikum se stejně jako u jiných periodických tiskovin musí hlásit Ministerstvu kultury České republiky. To si pak vede evidenci periodického tisku, v databázi se každá tiskovina dá velice snadno najít. Pro každou obec, tedy podle zákona právnickou osobu, platí i další ustanovení § 7 Tiskového zákona. Každý, kdo chce vydávat periodikum, musí, v souladu s tímto paragrafem, svůj záměr ohlásit nejpozději 30 dnů před plánovaným datem zahájení vydávání. Oznámení, které se ministerstvu posílá, musí obsahovat tyto náležitosti:

- „název periodického tisku,
- jeho obsahové zaměření,
- četnost (periodicitu) jeho vydávání,
- údaje o jeho regionálních mutacích,
- název, adresu sídla a identifikační číslo osoby (dále jen „identifikační číslo“) vydavatele, je-li vydavatel právnickou osobou, anebo jméno, příjmení, bydliště a rodné číslo vydavatele, bylo-li přiděleno, jinak datum narození, je-li vydavatel fyzickou osobou, je-li vydavatel fyzickou osobou, která vydává periodický tisk na základě živnostenského oprávnění, také jeho obchodní jméno, identifikační číslo a adresu místa podnikání, liší-li se od bydliště.“ (Zákon č. 46/2000 Sb., § 7, odstavec 2)

Pokud je podané oznámení neúplné, tedy chybí v něm některá z požadovaných informací, ministerstvo vyzve podavatele, aby do 15 dnů výzvu doplnil. Neučiní-li tak, oznámení je bráno jako neexistující a nikdy nepodané. Pokud je však oznámení úplné nebo je řádně doplněno, zapíše Ministerstvo kultury periodikum do evidence a přidělí mu evidenční číslo. Tato skutečnost je do 15 dnů oznámena tomu, kdo podal oznámení. Existuje ještě jeden požadavek, a to ten, že periodický tisk, jemuž bylo uděleno evidenční číslo, by měl začít do jednoho roku od přidělení čísla vycházet. Nestane-li se tak, je vydávání tisku bráno jako zastavené. Toto lze ale také změnit a to opětovným oznámením o započnutí vydávání periodického tisku.

Podle § 7, odstavce 7 Tiskového zákona je vydavatel povinen oznámit každou změnu evidovaných údajů, ale také pozastavení nebo zastavení vydávání periodického tisku. Podle odstavce 8 stejného paragrafu má každý „právo nahlížet do evidence periodického tisku a pořizovat si z ní výpisy nebo opisy.“ (Zákon č. 46/2000 Sb., § 7, odstavec 8) Velice snadno tak lze na stránkách Ministerstva kultury dohledat jakýkoliv periodický tisk vycházející na území České republiky. Včetně radničních periodik. Stačí znát jen obec či název periodika.

Tiskový zákon také uvádí povinné údaje, které se musí zveřejňovat v každém čísle daného periodického tisku. Obvykle se tak stává v tiráži, kde jsou údaje řazeny povětšinou za sebou. Povinnými údaji jsou podle zákona myšleny:

- „název periodického tisku,
- označení periodický tisk územního samosprávného celku, jde-li o periodický tisk

územního samosprávného celku,

- četnost (periodicita) jeho vydávání,
- označení regionální mutace, je-li periodický tisk vydáván v regionálních mutacích,
- místo vydávání,
- číslo a den vydání,
- evidenční číslo periodického tisku přidělené ministerstvem,
- název, sídlo a identifikační číslo vydavatele, je-li vydavatel právnickou osobou, anebo jméno, příjmení a bydliště vydavatele, je-li vydavatel fyzickou osobou; je-li vydavatel fyzickou osobou, která vydává tisk na základě živnostenského oprávnění, také jeho obchodní jméno, identifikační číslo a adresa místa podnikání, liší-li se od bydliště.“ (Zákon č. 46/2000 Sb., § 8, odstavec 1)

Když neobsahuje vydání periodického tisku výše uvedené náležitosti, nesmí být veřejně šířeno. Podle odstavce 2 paragraphu 8 Tiskového zákona je jedinou výjimkou evidenční číslo, pokud jej Ministerstvo kultury ČR nedodalo vydavateli ve stanovené lhůtě.

Další z povinností týkající se radničních periodik a zároveň vyplývající z Tiskového zákona jsou tak zvané povinné výtisky. Každý vydavatel je podle § 9 Tiskového zákona povinen na vlastní náklady a ve lhůtě sedm dní ode dne vydání periodika dodat na zákonem určená místa předem stanovený počet výtisků. Cílem tohoto požadavku je zaručit dostupnost a archivování periodika například pro pozdější bádání. Příjemci povinných výtisků a jejich počet je stanoven takto:

- „2 povinné výtisky Národní knihovně České republiky,
- 1 povinný výtisk Moravské zemské knihovně v Brně,
- 1 povinný výtisk knihovně Národního muzea v Praze,
- 1 povinný výtisk ministerstvu,
- 1 povinný výtisk Parlamentní knihovně,
- 1 povinný výtisk každé krajské knihovně,
- 1 povinný výtisk Městské knihovně v Praze,
- 1 povinný výtisk periodického tisku, který je vydavatelem určen pro nevidomé nebo slabozraké, Knihovně a tiskárně pro nevidomé K. E. Macana v Praze.“ (Zákon č. 46/2000 Sb., § 9, odstavec 1)

Každý výtisk odevzdaný jako povinný musí být v bezvadném stavu. Pokud není, je podle odstavce 4 stejného paragrafu vydavatel povinen zaslat jako výměnu výtisk bezvadný. Opět v zákonem stanovených lhůtách.

Tiskový zákon také myslí na práva těch, o nichž se píše. Pokud je v nějakém textu uveřejněno tvrzení, které se nějak dotýká cti, dobré pověsti či soukromí osoby, má tato podle § 10 Tiskového zákona právo na uveřejnění odpovědi. V ní pak uvede skutkové tvrzení na pravou míru. Vydavatel je v případě požadavku na uveřejnění odpovědi povinen ji zveřejnit. A to nejlépe na stejném místě, kde vyšel článek s dotčeným skutkovým tvrzením. Odpověď jako taková by neměla přesahovat délku článku, ve které se objevilo skutkové tvrzení a musí se k dotčenému skutkovému tvrzení přímo vztahovat. Právo na odpověď je soudně vymahatelné. V případě žádosti o odpověď na uveřejněnou odpověď už není vydavatel povinen nic uveřejňovat.

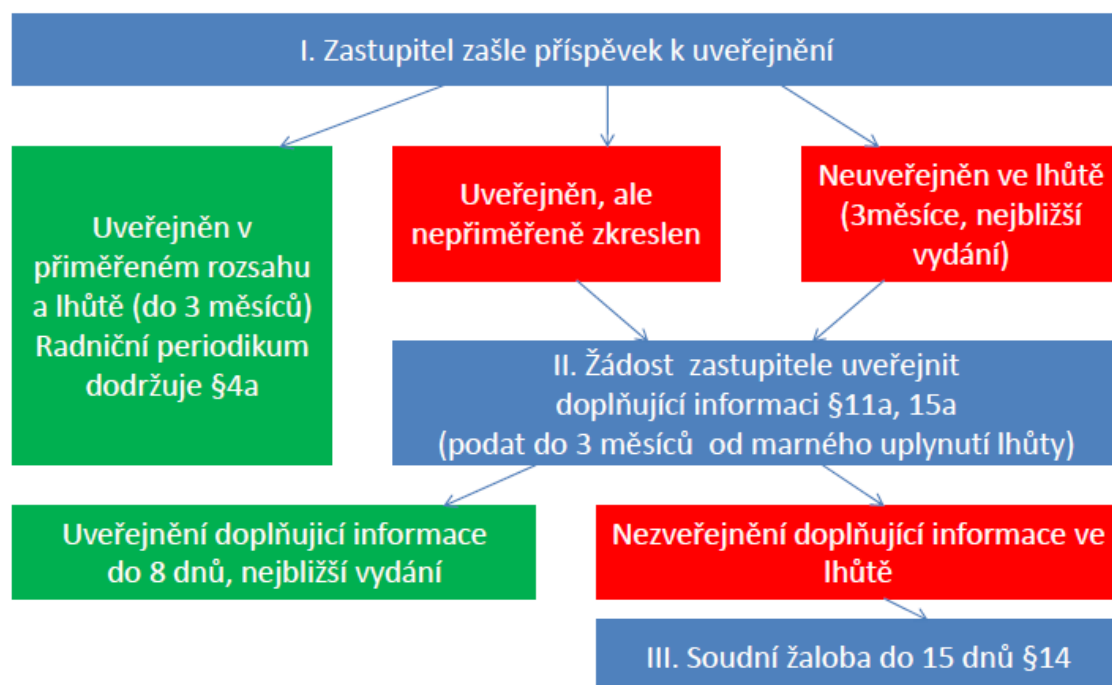
Přímo radničních listů se dotýká § 11a Tiskového zákona, ten upravuje tzv. doplňující informace. Na uveřejnění doplňující informace má právo ten zastupitel, kterému bylo upřeno právo podle § 4a Tiskového zákona. Tedy do tří měsíců od doručení žádosti o uveřejnění sdělení nebo v následujícím čísle nebylo uveřejněno jeho sdělení. Případně také tehdy, pokud jeho sdělení nebyl věnován dostatečný prostor. Po splnění těchto skutečností má zastupitel právo podat žádost o uveřejnění doplňující informace.

Žádost o uveřejnění doplňující informace musí být vydavateli doručena v písemné formě. V žádosti musí být rovněž obsažen i návrh toho, jak zastupitel chce, aby doplňující informace vypadala, tedy návrh na její znění. Vydavatel má právo odepřít zveřejnění doplňující informace například proto, že informace v ní obsažené zakládají trestní delikt, nebo také proto, že je sdělení v rozporu s dobrými mravy.

Nejlépe celý proces podávání žádostí o uveřejnění sdělení nebo doplňující informace a na to navazující práva zastupitele vystihuje obrázek níže (viz Obrázek 2.2). Diagram pochází ze stránek společnosti bezkorupce.cz. Jedním z předmětů zkoumání této organizace je i monitoring radničních periodik. Například z hlediska cenzury nebo aktuálně společnost zkoumá míru objektivitu vybraných radničních listů.

Obrázek 2.2 Diagram znázorňující postup zastupitele, který chce zveřejnit své sdělení v radničním periodiku.

Postup zastupitele po novele TZ



Zdroj: <http://www.bezkorupce.cz/wp-content/uploads/2014/07/diagram.pdf> [cit. 2015-4-15], vlastní zpracování

V radničních novinách nebývá obvyklá jakákoliv forma investigativní žurnalistiky. Zejména v radničních listech obecních úřadů, protože si je povětšinou vydávají samy, redakce listů je tvořena zaměstnanci obce. Investigace by se snad dala nalézt ve větších městech, kde jsou redakce tvořeny profesionály a listy jsou vydávány externím smluvním subjektem. Ale i zde je to docela na pováženou, protože vydavatele listu platí radnice, takže je otázkou, nakolik si dovolí externí redakce jít proti svému zaměstnavateli a vytahovat na něj negativní zprávy. Každopádně v případě, že se investigativní žurnalistika v radničním periodiku vyskytne, mohou se redaktoři setkat s požadavky na sdělení jména svého zdroje nebo požadavkem na vydání materiálů získaných během pátrání. V takovémto případě mohou redaktoři využít ustanovení § 16 Tiskového zákona o ochraně zdroje a obsahu informací. Na základě tohoto paragrafu mohou svůj zdroj ochránit a udržet ho v tajnosti. Ale i tento paragraf má svá omezení. Ochranou zdroje se nesmí nadržovat pachateli trestného činu, nebo také zadavateli reklamy v případě, že údaje o něm požaduje daňový úřad.

Kromě zákonů limitují novináře, ale na tomto místě je nutné upozornit, že musí jít o profesionální novináře, i etické kodexy redakcí, ve kterých působí. Jisté dodržování etických zásad je svým způsobem od periodika očekáváno. Novinářská etika je podle Osvaldové

(2007) „...v žurnalistice pak souhrn psaných a nepsaných zásad, kterými by se měla řídit práce žurnalisty na základě obecně sdílených hodnotových kritérií. Zásady žurnalistické etiky bývají explicitně vyjádřeny v etických kodexech žurnalisty, které jsou přijímány profesními sdruženími žurnalistů v jednotlivých zemích.“ (Osvaldová, 2007, s. 66) Pokud ovšem subjekt, který pro radnici tištěné médium vydává, nemá žádný svůj kodex a působí v něm novináři, měli by se řídit alespoň Etickým kodexem novináře vydaným Syndikátem novinářů ČR. I když toto dodržování je striktně vyžadováno pouze po členech Syndikátu novinářů ČR, do jisté míry se jím řídí i nečlenové zmíněného profesního uskupení novinářů. Ovšem, pokud periodikum vychází čistě pod hlavičkou radnice, na její náklady a redakci tvoří zaměstnanci úřadu, lze si jen těžko představit, že se budou zabývat dodržováním Etického kodexu novináře.

Jak uvádí Osvaldová (in Císařová, 2007) je ale na tomto místě třeba rozlišovat i tiskoviny vydávané velkými a většími městy, kde jsou jak politici, tak samotní redaktoři pod větším dohledem veřejnosti, ale také například celostátních médií, a malými městy a vesnicemi. „... na regionální úrovni je větší existenční nejistota a redaktoři nemají takové možnosti při hledání místa. Také personální vztahy mezi žurnalisty a lokálními politiky mohou být užší. Média pak mohou hůře odolávat atakům různých lobby a mnohdy nezachovávají profesionální neutralitu. Dávají prostor jednomu kandidátovi na úkor ostatních, zařazují materiály reklamního charakteru bez výrazného označení, graficky nerozlišují PR články a materiály redakční.“ (Osvaldová, in Císařová, 2006, s. 53)

Jak je tedy patrné, pro redakce zpravodajů malých obcí je velice těžké dodržovat zákonný požadavek objektivitu a vyváženosti. Zvláště když je vzat v úvahu fakt, že tvorba obsahu periodika není pro mnohé členy redakce hlavní pracovní náplní. Proto to občas vypadá, že jsou příspěvky psané jako na objednávku nebo i do značné míry nesplňují požadavky kladené na příspěvek jako takový. Ovšem tyto argumenty nelze brát jako paušální obhajobu toho, proč ten a ten zpravodaj nedodržuje zákonné požadavky. Je třeba si uvědomit, že když jednou radniční periodikum vychází a mělo by být registrováno na Ministerstvu vnitra a vycházet tedy oficiálně, musí také splňovat určité normativní požadavky kladené na takto vycházející periodika.

3 Srovnání zpravodaje Bumerang se zpravodaji okolních obcí

Po obecné rovině zkoumání radničních periodik přicházejí na řadu samotná periodika. Stěžejním tématem této diplomové práce je obecní zpravodaj Bumerang obce Velká Polom. Ovšem důležité pro závěrečnou kapitolu je bezesporu i srovnání zpravodaje se zpravodaji okolních obcí. K tomuto účelu budou použita periodika obcí sousedících přímo s Velkou Polomí. Jsou to Dolní Lhota, Horní Lhota, Hrabyně a Háj ve Slezsku.

Velká Polom sice ještě sousedí s Plesnou a Krásným Polem, nicméně obě tyto obce se v minulosti staly součástí města Ostravy, proto budou pro účely porovnávání vynechány. V Evidenci periodického tisku vedené Ministerstvem kultury České republiky je jako vydavatel zpravodajů obou obcí uvedeno Statutární město Ostrava, to je důvodem k vynechání zpravodajů obcí z porovnání.

Aby k porovnání mohlo dojít, budou užity zpravodaje, které vycházejí za obdobných podmínek jako zpravodaj Bumerang. Navíc ve zhruba srovnatelných obcích jako je Velká Polom. Také jsou všechny jmenované obce, kromě Plesné a Krásného Pole, součástí Mikroregionu Matice Slezská, což se také dá považovat za společný znak.

Zkoumání obecních zpravodajů z okolí může sloužit k inspiraci pro následný návrh nové podoby zpravodaje Bumerang. Ale také proto, aby se návrhy vyvarovaly neefektivních či nepraktických řešení, která se mohou v některých periodících vyskytovat.

Každé zkoumání zpravodaje bude uvedeno krátkou a stručnou charakteristikou periodika. Na Ministerstvu kultury ČR bude nalezen rok registrace, také proběhne pokus o nalezení výše nákladů na vydávání zpravodaje v rozpočtu obce. K porovnání pak poslouží poslední dvě až tři čísla zpravodaje pro danou obec, případně čísla, která budou dostupná. Takto malý počet vydání zpravodajů pro zkoumání je důležitý, protože například Háječan, zpravodaj obce Háj ve Slezsku, má už jistou tradici vydávání a zkoumání všech vydaných výtisků by byl až přes rozsah této diplomové práce. Má dojít pouze k porovnání, ne hloubkové analýze. Jako první bude popsán obecní zpravodaj Bumerang, také mu bude věnován největší prostor, jelikož je předmětem celé diplomové práce.

Už při sběru informací byla nalezena celá řada zajímavých podnětů. Některé z nich snad budou užitečné pro následný návrh nové podoby obecního zpravodaje Bumerang obce Velká Polom.

3.1 Obecní zpravodaj Bumerang obce Velká Polom

Zpravodaj obce Velká Polom vychází od roku 2002, kdy vyšla první dvě čísla. Vznikl na popud tehdy nově zvolené starostky obce Ing. Ludmily Bubeníkové, která je ve vedení obce dodnes a dodnes se také podílí na tvorbě tohoto obecního periodika. K nahlédnutí na webových stránkách obce je ročník 2003, který začíná vydáním číslo tři. Tehdy nesl zpravodaj název Velkopolomský zpravodaj Bumerang, vydává OÚ Velká Polom. Nutno ovšem poznamenat, že tradice vydávání obecního periodika sahá ještě mnohem dále. Ještě před zahájením vydávání Bumerangu existoval v obci Zpravodaj, který sestával jen z pár stran a byl tištěn přímo na obecním úřadě. Do jednotlivých domácností se tak dostávaly informace, které chtěl úřad svým občanům sdělit.

Na webových stránkách obce vidíme, že první ročníky vydání byly černobílé. Grafická úprava i redakční rada byla složena z občanů obce, konkrétně ze členů kulturní komise, kteří shromažďovali příspěvky, prováděli korektury a také odevzdávali grafický návrh do tiskárny. Zpravodaj byl tištěn v místní tiskárně ve Velké Polomi.

Každý měl titulní stranu. Ty v prvních ročnících kreslily děti ze Základní školy Velká Polom, což bylo také uvedeno v tiráži na zadní straně. Titulní strana rovněž poutala, jak tomu bývá u časopisů masových médií, na zajímavé příspěvky. Žáci rovněž kreslili některé uveřejňované obrázky, například ilustrace k vánočním přáním a podobně. Druhá strana měla jako podklad vodotisk obecního znaku. Byl zde prostor pro úvodní slovo starostky obce, případně místostarosty obce. Úvodní slovo zpravidla rozsahově vycházelo zhruba na třičtvrtě strany. Těžko tyto příspěvky označit za editorial, protože se nevěnují obsahu čísla. Jsou spíše věnovány tomu, co se v obci za uplynulou dobu povedlo, jaké jsou budoucí záměry a výhledy. Jde spíše o střet zpravodajského článku s komentářem a dalšími publicistickými žánry.

Třetí strana zpravidla obsahovala záznamy z obecní matriky (například čerstvě narozené děti spolu s gratulací, významná jubilea občanů a podobně). Plánovaný rozpočet na další rok (vždy na konci roku), případně pozvánku na zasedání zastupitelstva, kulturní akci v obci a podobně. Jen krátká poznámka k jubileům občanů. V současné době je problematické takovéto informace zveřejňovat proto, že jde o nakládání s osobními údaji a je na to třeba osobní souhlas toho, kdo má být ve zpravodaji jmenován. Obstarat si takovéto povolení je zbytečně zdlouhavé a je jasné, že mnoho obcí od tohoto právě z uvedeného důvodu upustí.

Dále následovalo obecní zpravodajství, pokud to tak lze říct. Zveřejňovaly se například výsledky soutěží, objevovaly se články o akcích v obci, které byly pořádané samotným

obecním úřadem. Dále zpravodaj obsahoval příspěvky místních spolků. Jako příklad může sloužit zpravodaj číslo 10 z prosince roku 2004. Po událostech z obce, kde dostane prostor i kulturní komise obce nebo základní škola, následují příspěvky spolků. K nalezení je tak kupříkladu historie včelařství, a to nejen v obci. Také výsledky sportovních utkání, tabulky. Nebo třeba historická dvoustrana, zde jsou nejdřív přehledně seřazeny významné události v obci v letech, která končí čtyřkou a také historické ohlédnutí za divadelním spolkem ve Velké Polomi.

V jiných číslech se ale také například objevují příspěvky na téma mysliveckého spolku, divadelní představení, výstavy zahrádkářů a podobně. Ve své podstatě lze říci, že bylo pravděpodobně zveřejněno, co který spolek nebo občan poslal. A při hlubším zkoumání zřejmě i v podobě, v jaké příspěvek přišel. I když nějakou jazykovou úpravou bezesporu příspěvky prošly.

Od roku 2005 se objevují na úvodní stránce fotografie, ať už graficky nějak upravené nebo ne. A s rokem 2007 se v redakční radě objevila starostka obce. Do té doby se redakční rada skládala z členů kulturní komise obce, kteří se o vydávání starali.

Po zhodnocení objektivitu periodika podle kritérií, které naznačila Bielinová (2014) by Bumerang mezi lety 2002 a 2008 nedopadl úplně nejlépe. Fotografie se v tehdejších vydáních příliš neobjevovaly, a když už nějaké, tak se většinou týkaly činností spolků nebo akcí. Takže z tohoto pohledu by se dalo periodikum považovat za objektivní. Co ale objektivitě, konkrétně třeba v už zmiňovaném čísle 10, úplně nesvědčí, je počet příspěvků, pod nimiž je podepsaná starostka obce. Zde jsou na celých deseti stránkách čtyři příspěvky, pod nimiž je jako autor uvedena právě starostka. Jako příklad může sloužit komentář pod článkem členky kulturní komise. Je to sice poděkování za činnost všem, kteří se podíleli na natáčení videa o historii obce, ale na druhé straně je to absolutně subjektivní vyjádření názoru starostky. Ale pravdou zůstává, že jde o relativně ojedinělý příspěvek, takže nejde o nic dramatického. Starostka obce v tomto časovém úseku přispívala do periodika docela často. Většinou šlo právě o zmíněná úvodní slova, nebo případně krátké články. Také šlo ne vždy o přímé vyjádření jejího názoru, což naopak objektivitě periodika může i přispívat.

Co se týká žánru jednotlivých příspěvků, jde zpravidla o texty informačního charakteru. Některé z nich by se daly označit za zprávy, protože odpovídají na základní otázky co, kdo, kdy, kde, mnohdy i jak a proč. Každopádně je zřejmé, že autoři příspěvků neuvažovali o tom, že píšou zprávu. Lze tak usuzovat zejména z větných konstrukcí, dlouhých vět a obecně i

užívaných slovních spojení. Vyskytují se ale i různé pozvánky nebo příspěvky odbornějšího charakteru, které by se daly považovat i za krátký referát na zvolené téma. Historická témata jsou naopak často sestavena jako výčty, zejména ta, která pojednávají o datech akcí a událostí. Ovšem, je třeba brát v potaz, že členové redakční rady, ale i přispěvatelé, nejsou novináři z povolání a mnoho z nich nemá ani žádné novinářské vzdělání. Při zohlednění tohoto faktu je třeba uznat, že zpravodaj dosahuje velice dobré úrovně, i když je vydáván vlastními silami obce.

Při zaměření se na nároky, které zmiňovala Šaradínová (2013), je třeba uvést, že Bumerang mezi lety 2002 a 2008 naplňuje vysoké procento požadavků. Vyskytuje se zařazení historického okénka, příspěvky tvoří členové spolků a občané, ve zpravodaji jsou zmíněna i významná jubilea, nebo například vyhodnocení fotografické soutěže pořádané obcí pro občany. Zapojení občanů je tedy značné, což je jistě ku prospěchu. Také to, že titulní stranu kreslili žáci Základní školy Velká Polom a jsou také v tiráži jmenováni, je jedno z naplnění požadavků Šaradínové (2013). Rodiče, tak mohou být na své dítě pyšní a posiluje to jejich sounáležitost s obcí.

V roce 2008, konkrétně 3. března, byl Bumerang zaregistrovaný Ministerstvem vnitra České republiky jako obecní zpravodaj. Oficiálním vydavatelem se stala Obec Velká Polom. Od chvíle registrace vyplývají obci zákonné povinnosti tak, jak byly uvedeny výše. Tedy odevzdávání povinných výtisků, uvádění informací v tiráži a podobně. Periodicita Bumerangu je podle údajů ministerstva čtyři výtisky ročně, ale periodicita se uvádí jen přibližně, protože nepravidelná se do formuláře uvést nedá. Bumerang je tedy podle tiráže nepravidelně vydáván, což se shoduje i s realitou a archivem zpravodaje, který je k nalezení na webových stránkách.

Porovnáním výdajů na vydávání zpravodaje Bumerang lze sledovat rapidní nárůst v posledních letech. Při pohledu do rozpočtu obce Velká Polom z roku 2011 lze zjistit, že vydávání zpravodaje přišlo obec zhruba na 60 tisíc korun českých, přičemž následný příjem z inzerce v periodiku se v tomto roce pohyboval okolo 10 tisíc korun. Přesto, že se vzhled periodika ani počet listů nijak výrazně nezměnil, na rok 2015 je počítáno s příjmy rovněž na úrovni 10 tisíc, ale výdaje jsou plánovány ve výši 100 tisíc korun. Za čtyři roky tedy náklady, i když jsou na rok 2015 pouze plánované, vzrostly zhruba o 40 tisíc korun. Tento nárůst je neadekvátní, i když je v úvahu vzata změna ekonomické situace České republiky a okolního světa. Odhad růstu nákladů na vydávání Bumerangu dokládají i údaje z roku 2014. V

tomto roce se pohybovaly okolo 90 tisíc korun. Jak je tedy patrné, roční růst nákladů zhruba ve výši 10 tisíc korun českých je skutečně neadekvátní. Zejména i proto, že časopis se nikam kvalitativně ani kvantitativně neposunuje, jak už bylo zmíněno.

Zpravodaj zápisem do evidence Ministerstva kultury ČR změnil i vzhled, který si udržuje až do současnosti. Jak bylo napsáno výše, současná barevná koncepce vybočuje z jednotného vizuálního stylu obce. Bylo zachováno lemování, které nastavila už starší, černobílá, čísla. Lemování je ovšem momentálně modré, což, jak bylo napsáno výše, barevně nekoresponduje například s webovými stránkami obce atd. Také zůstal zachován název zpravodaje, tedy Bumerang, v současnosti ale na titulní straně figuruje - Zpravodaj vydává Obec Velká Polom.

Redakční rada už není složena ze členů kulturní komise obce. Jedním z důvodů je také to, že komise vyjádřila nevoli dále se na vydávání jakkoliv podílet. Proto vznikla redakční rada složená ze starostky obce a tajemnice obecního úřadu, které jednak vytvářejí některé příspěvky do jednotlivých čísel, ale také provádějí editaci a korekturu. V tiráži také najdeme zodpovědného redaktora, který rovněž zpracovává i grafickou podobu jednotlivých čísel, domluvil a zajišťuje tisk zpravodaje a také se, se svou ženou, podílí na korekturách příspěvků. Tisk zajišťuje Tiskárna v Dubí s.r.o., která sídlí v Ostravě. Dále lze v tiráži nalézt další povinné údaje vyplývající z Tiskového zákona.

V porovnání s předešlými ročníky tak ještě vzrostla kontrola zpravodaje ze strany vedení obce. Je také jasné, že obě členky redakční rady mají i své pracovní povinnosti, proto příspěvkům věnují pozornost, ale je otázka, jestli skutečně dostatečnou. Jestli tlak na to, aby byl zpravodaj hotový, ale přitom se plnily i ostatní pracovní povinnosti tak, jak mají, nesnižuje kvalitu každého jednotlivého čísla zpravodaje.

Obsahová stránka také doznala určitých změn. Už se tak často neobjevují historická okénka, pokud tak bude nazýván přehled důležitých výročí a podobně. Rovněž byla zrušena rubrika obsahující jubilea občanů a také údaje o tom, kolik se narodilo dětí. Důvodem pro tento krok byla změna zákona o nakládání s osobními informacemi. V současné době je pro fungování takové rubriky potřeba, aby případně jmenovaní udělili souhlas s tím, že informace o tom, že se jubilea dožili, bude vůbec zveřejněna. Stejně je to i s narozenými dětmi, zde ale souhlas musí udělit rodiče. Takovéto příspěvky se tedy objevují jen zřídka a zejména při nějakém skutečně výjimečném jubileu. Častější jsou například různé přehledy o vývoji počtu obyvatel v obci a podobně.

Na první pohled působí zpravodaj od roku 2008 profesionálněji, možná právě díky barevné grafice a fotografiím. Na druhé straně, ale při hlubším pohledu zjistíme, zejména v posledních číslech, značné nedostatky.

Hodnotit příspěvky by asi nemělo smysl, protože byla zachována koncepce, kterou radí i Šaradínová (2013), tedy velký prostor dostávají občané, sdružení a spolky působící v obci, což je určitě velice pozitivní zjištění. Ovšem zejména v posledních dvou číslech zpravodaje se objevuje jakási marná snaha o grafické „ozvláštnění“. Jde zejména o to, že titulky článků jsou umisťovány do často barevných boxů, které jsou pak k nalezení zhruba uprostřed příspěvků. Jako příklad může sloužit článek s titulkem „Vánoční zamyšlení nad našimi mateřskými školami“ (Bumerang, č. 24/prosinec 2014, s. 8) Zmíněný titulek je zářmován modrým boxem a umístěn až pod pátý řádek textu. Vizualně tak celý text rozbíjí a může dojít k tomu, že čtenář usoudí, že text začíná až pod titulkem, jak bývá zvykem.

Titulky jsou také často zarovnávané doprava, přestože text začíná normálně vlevo a je například rozložen na celou horní polovinu strany. Opět tak dochází k určitému vizuálnímu zmatku v tom, kde text vlastně začíná a končí, co k čemu patří a podobně. Další věci jsou fotografie. Bývá zvykem je umisťovat buď v souladu se sloupci tak, jak je rozložen text, nebo je vkládat jakoby mezi jednotlivé sloupce do mezer, aby tak došlo k vizuálnímu rozbití jednotlých a dlouhých textů. Ovšem v Bumerangu se objevují i fotografie, které jsou řazeny mezi text, ale i mimo sloupce, takže na některých místech vznikají z textu „nudle“, které obsahují třeba jen pět slov. Pak se text zase rozběhne zpět do klasického rozložení sloupců.

Číslo 23 ze září 2014 nabízí hned několik nešvarů. Některé z nich jsou zmiňovány i v teoretické části této diplomové práce. Prvním z nich je bezesporu to, že zmíněné zářijové číslo je poslední číslo Bumerangu před volbami do obecního zastupitelstva. Vydán tedy byl docela vysoký počet příspěvků členů vedení obce. Dokládá to úvodní slovo starostky obce, kde rekapituluje, co vše se za volební období povedlo, co bylo postaveno, zrekonstruováno a podobně. Také příspěvek o stavbě dálničního mostu z pera paní starostky s názvem „Přišel Den D“ (Bumerang, č. 23/ září 2014, s. 8), kde se zmiňuje o tom, kdy bude most dostavěn, kdo byl při otevření a podobně. Zářijové číslo zpravodaje obsahuje ještě jeden příspěvek starostky obce, a to „A keď prídu naši k vašim“. (Bumerang, č. 23/2014, s. 6) Pojednává o letní návštěvě zástupců obce (sportovci, kapela, amatérští herci) v družební obci na Slovensku. Rovněž se v textu vyjadřují obavy z přicházejících komunálních voleb v obou obcích a také přání, aby případné nové vedení neporušilo skvěle nastavené vztahy. Figuruje

zde také například příspěvek místostarosty s titulkem „Ohlédnutí alias „Jak jsme budovali Naši Velkou Polom v letech 2002-2014““. (Bumerang, č. 23/2014, s. 3) Titulek už asi nepotřebuje dalšího komentáře. Z uvedeného jednoznačně vyplývá, že se stalo to, před čím varují členové neziskové organizace Bez korupce. Tedy, že ze zářijového čísla zpravodaje Bumerang je hlásná trouba vedení obecního úřadu.

Výše je uvedeno, že nešvarů je několik. Například v uvedeném příspěvku s titulkem „A keď prídu naši k vašim“ (Bumerang, č. 23/2014, s. 6) vidíme jeden z nich. Fotografie jsou v příspěvku umístěny zcela nahodile, což bezesporu působí zmateně, navíc je jich tam až přemíru. Při přečtení textu také nelze minout slovo, které se nevešlo do odstavce celé, je proto klasicky rozděleno na dva řádky. Ovšem mezi tyto řádky je zcela nelogicky vložena fotografie. Hned následující příspěvek „Návrat do Dlhé“ (Bumerang, č. 23/2014, s. 6) sice splňuje požadavek na to, aby do zpravodaje přispívali i občané nebo členové spolků, nicméně umístění titulku doprostřed textu je zcela nesmyslné. A takových lze ve zpravodaji nalézt více.

A perličkou je bezesporu příspěvek „Jak se daří sportu ve Velké Polomi“ (Bumerang, č. 23/2014, s. 10), který se věnuje Tělovýchovné jednotě Velká Polom. Příspěvek začíná na straně 10 a zabírá celou její plochu, na tom není nic divného. Nicméně příspěvek se celý na stranu 10 nevešel, musel tedy být rozdělen. Ovšem nepokračuje na straně 11, ale pokračuje na straně 12. Takto se články běžně rozdělují pouze tehdy, jsou-li umístěny na titulní straně, nikoliv vevnitř periodika. Navíc, i když jde jen o stranu, tak musí čtenář přelistovat, což značně snižuje jeho uživatelský komfort, je proto velká pravděpodobnost, že článek byl ve velkém procentu přečtení nedočen dokonce.

Předvánoční číslo zpravodaje obsahuje opět mnoho nešvarů, které byly uvedeny výše. Je ale rovněž z velké části věnován zájmových uskupením (jezdecký klub, kapely, zahrádkáři...) ale i Základní a Mateřské škole Velká Polom, které dostávají mnoho prostoru pro ohlédnutí za uplynulým rokem. Ovšem dochází zde také k zásadnímu provinění proti Tiskovému zákonu. Na straně 6 je otištěna PR zpráva Sanatorií Klimkovice i s kontakty, ale text není jako reklamní sdělení označen. Měl by tedy být označen jako PR oznámení a také graficky oddělen od ostatního obsahu, což je požadavek Tiskového zákona.

Předvánoční číslo také obsahovalo dotazník, jehož cílem bylo přispět ke zpracování Plánu rozvoje Obce Velká Polom. K jeho vyhodnocení došlo v nejnovějším čísle zpravodaje,

a to číslo 25 z roku 2015, konkrétně v úvodním slovu starostky obce. Opět je v textu umístěn box s informací, že jde o vyhodnocení dotazníku.

V aktuálním čísle se objevuje novinka, kterou jsou výrazně červené boxy. V jednom je umístěn celý článek ze sociální oblasti, další boxy nalezneme v článku věnujícímu se 70. výročí konce druhé světové války. Tento vzpomínkový článek napsala starostka obce. V tomto případě je její příspěvek nepochybně zcela na místě. Kdo jiný by měl o tom, jak obec prožívala válku, mluvit než právě starostka či místní kronikář. Bohužel je uvedený příspěvek obohacen o zmíněné červené boxy a navíc o směs ledabyle umístěných barevných a černobílých fotografií, které na první pohled bohužel nepůsobí příliš důstojně ani hodnotně. Za zmínku určitě stojí fotografie, která je do textu vložena tak, že rozděluje odstavec textu tím způsobem, že pod fotkou je jen řádek a čtvrt z odstavce. Zbytek odstavce tady působí jako popis k fotce. Ovšem s jistotou jím není, protože těžko budou jména občanů umučených v koncentračním táboře popisem k fotografii rozbořených domů. Dále se opět objevují už několikrát zmíněné nevhodně a zmateně umístěné fotografie, jak bylo již několikrát řečeno výše.

Jak už bylo také výše několikrát uvedeno, požadavek na to, aby do zpravodaje přispívali občané a spolky jak články, tak fotografiemi, je skoro stoprocentně naplněn. Tím se naplňuje jeden z teoretických požadavků na obecní zpravodaje. Ovšem najde se zde i pár nedostatků, zejména po grafické stránce zpravodaje, které byly vyjmenovány výše. Na druhé straně je ale třeba si uvědomit, že zpravodaj vychází hlavně díky práci a silám obecního úřadu. A přitom ani jeden z úředníků nemá žurnalistické vzdělání, takže mnoho chyb je akceptovatelných. Co je ovšem velkou otázkou, je odpovědný redaktor a grafik v jedné osobě, jelikož jeho povoláním je příprava grafiky, ale také práce s texty. Zmatky, které grafika vyvolává, by se tedy pravděpodobně u profesionála objevovat neměly.

Co se týká žánrové stránky Bumerangu, pravděpodobně se mnoho nezměnilo. Převládají zprávy, poznámky, příběhy, popis a ojediněle se objevují také publicistické žánry. Jako příklad může sloužit úvodní slovo starostky obce na titulní straně.

Za výzkum by pravděpodobně stála i čtenost periodika mezi občany. Případně také dotaz na to, jak by si periodikum a jeho obsah sami představovali.

3.2 Obecní zpravodaj Háječan obce Háj ve Slezsku

Obec Háj ve Slezsku je rozlohou i počtem obyvatel větší než Velká Polom. Zpravodaj této obce se jmenuje Háječan, název tedy koresponduje se jménem obce. Háječan byl do evidence Ministerstva kultury ČR zapsán 6. 4. 2007. Periodicita je v evidenci uvedena jako 0, důvod je neznámý. Každopádně v tiráži je uvedeno, že zpravodaj je čtvrtletník. To znamená, že do schránek občanů se dostane zdarma čtyřikrát ročně.

Rozsah zpravodaje je zhruba 20-30 stran, zřejmě se určuje podle počtu příspěvků, které jsou redakci doručeny do data uzávěrky. Emailová adresa, kam příspěvky posílat, a datum další uzávěrky je uvedeno jak v tiráži periodika, tak také na webových stránkách obce. Zde jsou také k nalezení poslední čísla zpravodaje. Konkrétně od začátku roku 2014. Zpravodaj v podobě, v jaké je k nalezení na webových stránkách obce, vychází pět let. Podle informací obecního úřadu je pak zpravodaj jako takový obcí vydáván zhruba od roku 2000.

Redakce je ustavena při kulturní komisi obce. Zpravodaj má také editora, který je pravděpodobně zodpovědný jak za obsah, tak za konečnou podobu zpravodaje. V tiráži je také upozornění, že příspěvky prošly pouze jazykovou nikoliv stylistickou korekturou. Pokud je uvedené tvrzení pravdivé, dalo by se usuzovat na to, že redakce se snaží dosáhnout v tomto pohledu maximální objektivitu. Od toho se také může odvíjet určitá forma nezávislosti tvorby obsahu zpravodaje na vedení a pracovnících úřadu, protože jak už bylo řečeno, redakce je přidružena ke kulturní komisi obce.

Co se rozpočtu týká, náklady na zpravodaj za rok 2014 jsou vyčísleny na 182 tisíc korun, pro rok 2015 jsou pak výdaje na vydávání plánovány ve výši 180 tisíc korun. Inzeráty v Háječanu přinesly obci za rok 2014 příjem ve výši 19 150 korun českých. Příjem, který je plánovaný pro rok 2015, je stanoven na výši 15 tisíc korun českých. Cenu inzerce ve zpravodaji pak lze v rubrice Zpravodaj Háječan na webových stránkách obce velice snadno nalézt.

Při srovnání ročníku 2014 s nejnovějším vydáním č. 1/ jaro 2015 jsou viditelné změny v grafice zpravodaje. Už v roce 2014 byl zpravodaj vzhledově atraktivní. Titulní a poslední strana k sobě vizuálně ladily. Navíc se i tematicky hodily ke čtvrtletí, ve kterém vyšly. Na zadní straně zpravodaje je pokaždé doplňovačka, která čtenáře zkouší z informací uvedených ve zpravodaji. V každém následujícím čísle jsou pak vyhlášeni tři výherci, kteří obdrží věcné ceny a jejich fotografie spolu se jmény a gratulací je u vyhlášení zveřejněna.

V roce 2014 nebyl zpravodaj rozdělen na rubriky, ale příspěvky byly stejně řazeny podle souvislostí za sebe. Druhá a předposlední strana byla zpravidla věnována inzerci, ale tato skutečnost nebyla nikde napsaná. Přesto byly alespoň trochu vizuálně odděleny. I přes tento fakt se ale v obsahu občas vyskytne nějaký plakát. I když je jasné, že je to plakát jako takový, opět to není nijak označeno. Těžko v tomto případě posoudit, zda jde skutečně o porušení Tiskového zákona nebo ne.

Od roku 2015, tedy od aktuálního čísla, jsou rubriky rozděleny, a to jak tematicky, tak barevným odlišením. Do konce roku 2014 bylo v záhlaví každé stránky jen žluté pole, kde byl uveden název zpravodaje. Žlutá pole korespondují s lemováním na webových stránkách, navíc na znaku obce jsou žluté stromy. Teď jsou pole barevná, pro každou rubriku jiné, navíc je také uveden název rubriky. Zpravodajství z úřadu je označeno zeleně, jako pole ve znaku obce, ale také jako pozadí webových stránek. Také je v rubrikách označena i stránka, kde je inzerce. V současném čísle je tedy zcela jasné, že o porušení Tiskového zákona nemůže být řeč.

Poslední dvě čísla zpravodaje mají i obsah, což je při počtu stran pravděpodobně velice praktické pro snazší orientaci uživatele. Tím, že od roku 2015 přibýlo i barevné odlišení rubrik, hledání v obsahu Hajéčanu se tedy ještě zefektivní.

Jak už bylo řečeno, druhá strana zpravodaje patří inzerci. V každém čísle se také, aktuálně ve sloupci vedle obsahu, objevuje úvodní slovo starosty obce. Ve zkratce informuje občany o plánovaných akcích obce, děkuje například za účast na akcích nebo upozorňuje na nešvary v obci. V některých číslech zpravodaje se dokonce objevují výňatky z tiskových zpráv nebo celé tiskové zprávy orgánů ministerstev a podobně, ale také soukromých firem. Vždy jsou ovšem jako tiskové zprávy označeny.

Pravidelně, obsahově někde kolem strany šest, se ve zpravodaji objevuje přehled plnění rozpočtu obce pro dané období, které zpravidla končí před uzávěrkou časopisu. Občané tak mají přehled o tom, jak obec hospodaří s veřejnými prostředky. I tento krok by se dal považovat za velice pozitivní, protože přispívá k transparentnosti fungování obce, ale také k vyšší informovanosti občanů. Tím tak vytváří sounáležitost občanů s obcí, jak požaduje Šaradínová (2013).

Prostor také samozřejmě dostávají spolky a sdružení působící v obci a školy. Rozsah rubrik se odvíjí podle počtu příspěvků. Za povšimnutí stojí, že i když třeba příspěvky

nedosáhnou rozsahem na celý počet stran, nejsou doplněny například pozvánkou nebo inzerátem, aby se „zapláclo“ místo. Radši je k příspěvkům přidáno více fotografií, aby byla dodržena tematická jednota. Od roku 2015 jsou také součástí obsahu rubriky akce a události. V akcích jsou rekapitulovány uplynulé události, v událostech naopak figurují plánované akce, také například kalendář chystaných událostí na následující čtvrtletí (do dalšího vydání zpravodaje) a podobně.

Zajímavým žánrovým úkazem v Háječanu jsou fotoreportáže. I když opět nejde o reportáže v pravém slova smyslu, chybí například přímé řeči, někdy také popisky pod fotkami, jde jednoznačně o krok správným směrem. Jako příklad poslouží číslo 3/ podzim 2014, tedy předvolební číslo zpravodaje. Na rozdíl od Velké Polomi, kde stavby a akce, které se za volební období povedly, jmenovala starostka obce ve svém úvodním slovu, v Háječanu je na ně na všechny vzpomenu fotoreportáží. Co akce, to fotografie. Fotoreportáž je také ale uplatňována i jako forma ohlédnutí za nějakou akcí.

Zpravidla se ve zpravodaji objevuje alespoň jeden historický příspěvek, který zpracuje místní kronikář. Ohlíží se například za významnými jubilei, vzpomíná na významné nebo slavné rodáky nebo také připomíná důležité události v obci.

Dalo by se tedy shrnout, že zpravodaj Háječan je jak graficky, tak obsahově na poměrně vysoké úrovni. Například fotografie jsou umístěny v souladu s rozvržením odstavců a podobně. Grafická stránka tedy působí velmi organizovaně a není vyvoláván jakýkoliv vizuální zmatek. Takže, i když je zpravodaj opět pravděpodobně vydáván neprofesionály, je na docela vysoké profesionální úrovni.

3.3 Obecní zpravodaj Hrabyňák obce Hrabyň

Zpravodaj Hrabyňák vychází zhruba od roku 1990, takže tradice jeho vydávání je poměrně dlouhá. Jeho periodicita je půlroční, vychází tedy v červnu a v prosinci. Účelem zpravodaje je pravděpodobně z největší části shrnout zejména události a akce, které na území obce proběhly.

Při prvním pohledu je zpravodaj Hrabyňák velice podobný Bumerangu. Stylizace textů, umístění fotek, ale i barevné boxy, ve kterých je ukrytý text, případně, které zdůrazňují některé jeho pasáže, vše je velmi podobné Bumerangu. Shodují se také v rozdělení stránek na tři sloupce, ale i typem písma a dalšími grafickými záležitostmi.

Tato shoda je bezesporu způsobena tím, že pozici zodpovědného redaktora a grafickou stránku zpravodaje zpracovává stejný člověk jako ve Velké Polomi. Redakční rada je složena ze starostky obce a dále z poloviny pracovníků obecního úřadu. V tiráži zpravodaje je uvedeno, že neprošel jazykovou úpravou. Při přečtení některých příspěvků je tento fakt zřejmý. Výdaje na zpravodaj za minulý rok, tedy za rok 2014, dosáhly 65 700 korun. Na rok 2015 jsou výdaje plánovány zhruba ve stejné výši. Příjmy z inzerce neplynou obci žádné. Ale při prostudování zpravodaje ani na žádnou reklamu nelze narazit. Pokud už se nějaký plakát nebo něco podobného objeví, vždy je to akce, na které se podílí obec Hrabyně.

Obecní zpravodaj Hrabýňák má ovšem jeden velký problém. Je sice vydáván jako zpravodaj, ale není registrován u Ministerstva kultury ČR a ani mu nebylo přidělen ISSN, protože v databázi není k nalezení. Porušuje tedy Tiskový zákon, konkrétně § 7, odstavec 2. Ten stanovuje, že vydavatel je povinen třicet dnů před zahájením vydávání zpravodaje tuto skutečnost nahlásit na Ministerstvu kultury ČR.

Obci Hrabyně ovšem, kvůli porušování základního požadavku Tiskového zákona, nevyplývají další zákonné povinnosti. Nejsou tedy povinni odevzdávat tzv. povinné výtisky. Například v databázi Moravskoslezské vědecké knihovny v Ostravě je k dispozici jen pár čísel zpravodaje. Obec také výtisky nezveřejňuje na svých webových stránkách. Mimo území obce je tedy zpravodaj prakticky nedostupný. Z uvedeného důvodu není ani tiráž periodika informačně příliš bohatá. Další věcí je, že zpravodaj nemá nijak číslovaná vydání, což je rovněž požadavek Tiskového zákona.

Barevné provedení zpravodaje je bílo šedé. Šedé je záhlaví a spodní lišta, kde jsou uvedena čísla stran. Hrabýňák má zpravidla 12 stran. Barevné provedení zpravodaje se diametrálně liší od barevného zpracování například webových stránek obce, kde dominuje zelená. Naproti tomu je docela blízko znaku obce, který má strom na bílém poli. Takže provedení zpravodaje se docela shoduje se znakem obce.

Stejně jako v Bumerangu, i v Hrabýňáku patří větší část titulní strany úvodnímu slovu starostky obce. Příspěvek pak pokračuje na další straně. V jednom vydání zpravodaje pokračuje úvodní příspěvek na straně dvě, kde opět není celý, a končí na straně tři. Pravděpodobnost dočtení příspěvku až dokonce se tímto dělením značně snižuje.

Úroveň příspěvků je značně neprofesionální. Zarážející je, že mnoho z nich není podepsaných, lépe řečeno není u nich uveden žádný autor. Podle charakteru příspěvků lze

usuzovat na to, že pocházejí z obecního úřadu, protože jejich hodnota je velmi často ryze informační. Navíc například příspěvek s titulkem „Odpady, ach ty odpady...“ (Hrabyňák, červen 2014, s. 4) začíná slovy „Vážení spoluobčané,...“. Zajímavé na charakteru zpravodaje jako takového je, že v celém vydání je jeden nebo relativně nízký počet příspěvků, které jsou delší než půl strany. Ve zpravodaji se daleko častěji objevují příspěvky, které obsahují jen málo vět a jsou hodně krátké. Velmi často se objevují fotografie, zde opět funguje mírná zmatenost, jak byla nastíněna v Bumerangu. Příspěvky jsou velmi často děleny, i když má zpravodaj relativně malý rozsah. Některé, jako například výsledky voleb v obci Hrabyně do Evropského parlamentu jsou vytvořeny a pak použity ryze na „zaplácnutí“ volného místa (Hrabyňák, červen 2014, s. 10).

Prosincové číslo roku 2014 také obsahuje velké množství grafických experimentů, o kterých byla řeč i výše při rozebírání zpravodaje Bumerang. Při přehlédnutí uspořádání fotek a umístění úvodního textu u tří příspěvků, nelze přehlédnout snahu o dvou událostech a jedné investiční akci obce informovat formou fotoreportáže. Tato snaha je bezesporu vítaným ozvláštněním zpravodaje a počet fotek je příjemným zpestřením. Jak uvádí Šaradínová (2013), je dobré, aby mohli čtenáři zpravodaje na fotografiích z akcí hledat sami sebe nebo své příbuzné a známé.

Na Hrabyňáku ale není vše jen špatné. Je nutné podotknout, že opět zde dostávají velký prostor organizace a spolky působící na území obce. Hrabyně má také na svém území rehabilitační ústav a Památník 2. světové války. Obě zmíněné stavby, potažmo činné organizace, jsou vděčnými tématy, ale rovněž i častými přispěvateli do obsahu periodika. Zástupci obce, také, možná i díky zmíněným stavbám, na svém území vítají vzácné hosty. Ať už z řad politiků či například válečných veteránů. I tyto události se stávají vděčnými náměty na články, spíše informačního charakteru.

Splněním požadavku Šaradínové (2013) jsou taktéž historické příspěvky či časté připomínání událostí 2. světové války. Velmi zajímavé jsou ale také například recepty na místní speciality, konkrétně ve vydání z června roku 2014. Zde by se dalo soudit na to, že tento žánr příspěvků ve zpravodaji může posílit sounáležitost s obcí. Stejně jako například úspěch občanky Hrabyně v soutěži v kosení trávy, opět vydání z června roku 2014.

Zajímavé je provedení záhlaví titulní stránky zpravodaje. Jde o, v okolí, originální pojetí. Graficky je zde totiž zpracována silueta obce tak, jak je vidět při příjezdu do obce pravděpodobně ze strany od Velké Polomi. Na první pohled to poutá pozornost k názvu

zpravodaje. Název je, jak už bylo několikrát uvedeno Hrabýňák, s podtitulem Obecní zpravodaj.

Hrabýňák tedy trpí obdobnými nedostatky jako Bumerang obce Velká Polom, důvod je pravděpodobně dost zřejmý. Nicméně i zde se dají najít příspěvky, které by bylo vhodné použít jako inspiraci. Jako příklad bezesporu poslouží zmíněné fotoreportáže z obecních akcí.

3.4 Obecní zpravodaj obce Horní Lhota

I když je Horní Lhota ve své podstatě jen velmi malou obcí, i ona má svůj obecní zpravodaj. Jmenuje se příznačně Zpravodaj obce Horní Lhota. Zpravodaj je v evidenci Ministerstva kultury ČR zapsán do 27. listopadu 2012. Tuto zákonnou povinnost tedy plní.

Periodicita je v evidenci uvedena jako dvě, tedy dvě vydání za rok. V tiráži zpravodaje se dočteme, že jeho vydávání je nepravidelné. Ale i přes to vychází zpravodaj dvakrát ročně. V roce 2014 to bylo v září a v prosinci, v roce 2013 v červnu a v prosinci. Redakční rada je složena ze starosty obce a jedné členky. V tiráži je také uvedena emailová adresa, kam mohou zájemci posílat své příspěvky.

Zpravodaj má zpravidla čtyři strany, i když vydání ze září 2014 má pouze jednu stranu, a to jen úvodní slovo starosty obce. Vychází pouze v černobílé podobě, bez jakékoliv grafiky, fotografie se vyskytují jen velice zřídka. Zpravodaj je také s velkou pravděpodobností zpracováván v běžném textovém editoru, jako je Word, ovšem tento fakt není až tak příliš patrný. Pro zpracování mohl být užit i nějaký základní grafický nástroj či program.

Výdaje čistě na zpravodaj nevznikají obci žádné, důvodem je, že si jej sama zpracovává, ale také sama na kopírovacím zařízení tiskne. Veškeré náklady na jeho výrobu jsou tedy zahrnuty pod běžné náklady fungování Obecního úřadu v Horní Lhotě. Příjmy z inzerce ve zpravodaji neplynou obci žádné. V poměrně malém rozsahu zpravodaje na inzeráty prakticky ani není místo.

Přesto, že jak bylo řečeno výše, Horní Lhota plní povinnosti, které vyplývají z Tiskového zákona, neplní je bohužel všechny. Pravděpodobně totiž neodevzdává všechny povinné výtisky tak, jak to požaduje zákon. Důvodem k tomuto tvrzení je fakt, že Moravskoslezská vědecká knihovna v Ostravě eviduje poslední výtisk jako prosinec 2013 a to ještě s poznámkou, že bylo jeho dodání urgováno, ale dosud není k dispozici. Ročník 2014 zcela chybí. Obdobně je na tom databáze Národní knihovny v Praze. Zde je sice složka pro ročník 2014 založena, ale nedají se dohledat bližší informace, o které ze dvou vydání tohoto roku se

jedná. Zpravodaj také nemá očíslovaná vydání tak, jak to požaduje zákon. Dá se tedy říci, že Horní Lhota sice plní zákonné povinnosti, ale jen částečně.

Záříjové číslo z roku 2014 má pouze jednu stránku. Je to s podivem vzhledem k tomu, že se jedná o předvolební číslo a jak bylo patrné u zpravodajů, které už byly analyzovány, vždy se mu věnuje velká pozornost. Každopádně je tomu tak. Strana obsahuje pouze příspěvek starosty obce. Ten zde shrnuje nejpalčivější problémy obce a vysvětluje občanům jejich řešení, většinou je řešením míněna nová stavba, rekonstrukce a podobně. Také shrnuje to, co se poslední dobou v obci povedlo. Celý příspěvek ve své podstatě vyznívá jako dopis občanům. I s ohledem na fakt, že začíná oslovením - Vážení občané. Příspěvek má ryze informační hodnotu, velice těžko jde identifikovat jakýkoliv žurnalistický žánr. Vzhledem k užívání první osoby, lze soudit spíše na publicistický žánr.

Zpravodaj obce Horní Lhota pokaždé začíná oslovením – Vážení občané – a má čtyři strany. V každém prosincovém čísle lze hned pod krátkým úvodem najít plánovaný rozpočet na další rok. Prosincová čísla také obsahuje přání starosty a místostarosty obce k Vánocům a novému roku.

Všechna čísla zpravodaje obsahují na začátku informace, které sděluje obec svým občanům. Tématem bývá odvoz odpadů, očkování psů a podobné. Vše je nadepsáno tučným nadpisem, o titulky jako takové, jak jsou známé z masových médií, nejde. Zpravidla jde o jednoslovné specifikování toho, co bude v následujícím krátkém příspěvku napsáno. Čili pokud půjde o odpady, je příspěvek nadepsán Odpady. Tyto příspěvky mají většinou jen odstavec a jsou pouze informativní. Prostor ve zpravodaji ale dostávají také organizace jako Český červený kříž a podobně. Příspěvky zmíněných organizací bývají delší, uvedený text Českého červeného kříže z čísla červen 2013 zabírá celou poslední stranu. Nahrazuje tak informace ze sociální oblasti, o kterých teprve bude řeč.

V obsahu se také objevují povětšinou velmi krátké příspěvky sportovního oddílu obce, někdy také přehledy výsledků zápasů nebo například umístění závodníků v určité disciplíně vesnické olympiády. Objevují se také pozvánky na obecní akce či informace o akcích, které v obci proběhly. Celý zpravodaj uzavírá příspěvek ze sociální oblasti spolu s kontakty, kam se mohou občané obracet o radu nebo pomoc. Tento příspěvek nebo příspěvky většinou zabírají celou poslední stranu zpravodaje.

Vzhledem k velikosti obce, obecního úřadu i redakční rady zpravodaje se dá usuzovat na to, že zpravodaj slouží obci pouze jako další možnost, jak občanům sdělit důležité informace. Tomu nasvědčuje i fakt, že u většiny příspěvků není ani uveden autor, vzhledem k informacím, které jsou příspěvkem předávány, lze usuzovat na to, že jsou psány pracovníci obecního úřadu. Primárním cílem zpravodaje tedy není posílit sounáležitost občanů s obcí nebo jim nabídnout prostor, jak komunikovat se spoluobčany a podobně. Tomu možná nasvědčuje i fakt, že zpravodaj nemá ani vlastní záložku na webových stránkách obce. Lze jej tedy najít, ale hledání mezi ostatními dokumenty je složitější.

3.5 Obecní zpravodaj obce Dolní Lhota

Dolní Lhota je o něco menší než Velká Polom. Zpravodaj obce Dolní Lhota se jmenuje jen Zpravodaj. V záhlaví každého vydání je ovšem uveden ještě název obce, ale také měsíc a rok vydání dotyčného zpravodaje. Zpravodaj vychází od roku 2007, od té doby je i dostupný na webových stránkách obce. Na stránkách má i svou vlastní záložku.

Vychází tři až pětkrát ročně, poslední dva roky s pravidelností čtyřikrát ročně. Vydání zpravodaje mají zhruba 12 až 15 stran, podle počtu příspěvků, které zpravodaj obsahuje. Ve zpravodaji dostává prostor jak vedení obce, tak zastupitelé, ale i sdružení a spolky působící na území obce.

Náklady na zpravodaj stejně jako v Horní Lhotě nevznikají žádné. Obec si zpravodaj sama tiskne na obecním úřadě, jsou tedy zahrnuty pod náklady na běžný chod obecního úřadu a nedají se přesně vyčíslit. Grafickou stránku zpravodaje si rovněž obec zpracovává sama, takže ani zde nevznikají další náklady. Příjem z inzerce ve zpravodaji nemá obec žádný, i přesto, že se upoutávky například na kadeřnictví a podobné služby občanům ve zpravodaji objevují.

Zpravodaj obce Dolní Lhota opět, stejně jako zpravodaj Hrabyňák, porušuje § 7, odstavec 2 Tiskového zákona tím, že není registrován jako obecní periodikum v Evidenci periodického tisku Ministerstva kultury ČR. Důvodem k tomuto tvrzení je skutečnost, že není v Evidenci dohledatelný. Obci tedy porušením základního zákonného požadavku nevyplývají další požadavky uvedené v Tiskovém zákoně. A přesto je kompletní výčet všech vydaných čísel dostupný v katalogu Moravskoslezské vědecké knihovny v Ostravě, lze je tedy vypůjčit k nahlédnutí. Ovšem Moravskoslezská vědecká knihovna je velmi pravděpodobně jediná knihovna v České republice, která má zpravodaj ve svém katalogu. Zpravodaj byl hledán i v databázi Národní knihovny, ale bohužel neúspěšně.

Co se grafické stránky zpravodaje týká, je na první pohled patrné, že je zpracováván běžně ve Wordu, jako bývají textové dokumenty. Ke zvýraznění titulku, ale také názvu zpravodaje a dalších jsou užity tzv. WordArt. Za povšimnutí ale stojí jednotnost vizuálního stylu zpravodaje se znakem obce Dolní Lhota a webovými stránkami. Vše spojuje modrá a bílá barva, ve znaku obce doplněna ještě o červenou. Úsměvným faktem také může být, že když je zpravodaj zpracováván ve Wordu, tak do roku 2011 včetně je na webových stránkách obce také ve Wordu zveřejněn. I když jde ve své podstatě už o stará vydání, lze takovýto způsob zveřejnění oficiálního zpravodaje obce považovat za riskantní. Kdokoliv si jej může stáhnout a upravit si obsah podle sebe.

Zpravodaj se ovšem do konfliktu se zákonem může dostat ještě v jednom aspektu, a tím jsou fotografie a obrázky. Je zřejmé, že některé fotografie jsou pořízeny přímo v obci, fotografie jako nové směrovky či značení ulic pravděpodobně nebudou stažené z internetu. Budou tedy velice pravděpodobně majetkem samotné obce nebo jsou poskytnuty obyvateli. Ovšem u některých, zejména například vánočních nebo kreslených motivů, je původ značně nejasný, protože mnoho obrázků je k nalezení na internetu. Zde tedy může docházet ke konfliktu s Autorským zákonem a sankce z porušení autorských práv mohou dosáhnout vysokých částek. Tato informace ale není nikterak přímo ověřená, takže zde je naznačena pouze jedna možnost.

Velkým plusem zpravodaje je určitě skutečnost, že v každém vydání najdou občané buď schválený rozpočet pro následující rok, pokud se jedná o prosincové číslo, nebo aktuální přehled plnění rozpočtu obce. Jsou tak informováni o tom, jak obec hospodaří, aniž by museli vynaložit nějakou další energii na získávání informací. Zveřejnění plnění rozpočtu také bezesporu vede k transparentnějšímu hospodaření a podporování pocitu informovanosti mezi občany.

V každém čísle zpravodaje se rovněž vyskytuje alespoň krátký příspěvek, který je zaměřený na historii obce. Často doplněný i historickou fotografií. Rovněž se objevují informace o evidenci obyvatel. Jde například o zprávy o vývoji počtu obyvatel (zpravidla prosincové číslo), pozvánka na vítání občánků a podobně.

S pravidelností v každém vydání se také objevují příspěvky místní TJ Sokol. Pozvánky na zápasy, výsledky, rekapitulace vesnické olympiády a podobně. Často také s tabulkami výsledků a fotkami mužstev, zejména dětí.

V předvolebním čísle zpravodaje najdeme pár znaků toho, že se zářijové číslo roku 2014 stalo hláskou troubou radnice tak, jak ji definuje Bielinová (2014) nebo pracovníci organizace Bez korupce. Zpravodaj začíná čtyřstránkovým příspěvkem starosty obce o tom, co vše se v obci za volební období povedlo, kde byla navázána spolupráce a další. Také děkuje všem zastupitelům a představuje je. Příspěvek je rozdělen dokonce na tematické okruhy jako „Ekonomika a průhlednost hospodaření obce“ nebo „Vzhled obce – výstavba“. (Zpravodaj Dolní Lhota, září 2014, s. 2) Nechybí ani příspěvek předsedkyně kulturní komise, rovněž zastupitelky, která rekapituluje, jaké akce kulturní komise pro občany pořádala.

Pokud jde o „běžné“ číslo zpravodaje, příspěvek starosty obce mívá obvykle dvě stránky. Většinou se tematicky věnuje plánovaným investičním akcím, změnám v obci a provedeným akcím. Ovšem informuje občany například také o provedených kontrolách, o správnosti hospodaření obce, nadřízenými správními orgány. Tyto informace mohou také ukazovat na to, že se pokouší posilovat v obyvatelích informovanost a snaží se o činnosti úřadu objektivně informovat. Otázkou ale je, nakolik by starosta ve svém příspěvku informoval i o neúspěších. Specifikem příspěvků starosty obce je také jejich zakončení slovy – děkuji za pozornost. Ve čtenáři to může evokovat nějaký projev nebo hlášení, ale jde pravděpodobně jen o zvyk.

Zajímavostí Zpravodaje Dolní Lhota je, že mnoho příspěvků jsou vloženy pozvánky, pravděpodobně ve formátu pdf, nebo jpg. Kvůli zpracování zpravodaje v textovém editoru typu Word jsou příspěvky roztaženy tak, aby se například vešly dva až tři na stranu. To značně deformuje jejich grafické zpracování, protože kvůli snaze přizpůsobit je rozměrům formátu A4, tak jak je naveden ve Wordu, dochází k nerespektování poměru stran plakátků. Ty jsou pak různě rozmazané, roztažené, písmena mají různé deformace a podobně.

Zpravodaj Dolní Lhota je velice specifický. I když je zpracováván tak, jak bylo naznačeno výše, splňuje mnohé z požadavků či rad, které uvádí odborná literatura, a které třeba nesplňují i profesionálněji zpracované zpravodaje. Jde tedy o skutečně specifický a těžko zařaditelný zpravodaj.

3.6 Shrnutí a srovnání zpravodajů

Jak je patrné z rozboru výše, zpravodaje menších či malých obcí jsou značně specifickým žurnalistickým žánrem či druhem periodického tisku. Zejména analyzované zpravodaje jsou povětšinou zpracovávány lidmi, kteří nemají žurnalistické zkušenosti a ani vzdělání. Přesto všechno jsou ale velmi hodnotnými zdroji informací o fungování obce či činnosti různých spolků. Je sice otázkou, jaká je čtenost zpravodajů v jednotlivých obcích, ale je zcela

neoddiskutovatelné, že pokud mají občané o informace zájem, ve zpravodaji si vždycky najdou to své.

Přesně podle definic teoretických zdrojů práce lze říci, že obecní zpravodaje jsou zvláště ve jmenovaných obcích svým občanům nejbližší a nejlépe cílí na jejich informační potřeby a zájmy.

Je velice složité porovnávat zpravodaje mezi sebou, každý má svá pro a proti, každý má něco navíc, co jiný nemá. Jedno ale mají společné. Snaží se svým občanům nabídnout nejen to, co je zajímavé, ale také prostor pro zveřejnění vlastních informací o určitých akcích. Nabízejí jim možnost zapojit se do dění v obci a být tak součástí jejího života.

Stoprocentně se potvrdilo to, že zveřejnění fotografií, na kterých jsou občané, jsou jedním z důležitých kritérií, kterých si obce při vydávání periodik v první řadě hledí. Bezesporu velice přínosné je zveřejňování rozpočtů tak, jak to dělají zpravodaje obcí Dolní Lhota a Háj ve Slezsku, nebo alespoň uveřejnění rozpočtu pro nadcházející rok tak, jak to dělá Horní Lhota. Přínosem pro občany budou bezesporu informace ze zastupitelstva obce (opět Dolní Lhota). Zajímavé a jistou profesionální úroveň naznačující je užívání tiskových zpráv, což se děje v obci Háj ve Slezsku.

Největším problémem obecních periodik jsou podle výsledků zkoumání asi dodržování Tiskového zákona a grafická stránka zpravodaje jako takového. Co se grafiky týká, některé nešvary jsou pravděpodobně docela zásadní. Jako umístování a „roztahování“ pozvánek ve Zpravodaji Dolní Lhota či grafická, fotografická a barevná zmatenost Hrabyňáku a Bumerangu. Možná, že i toto je důvod, proč obec Horní Lhota na grafickou stránku zpravodaje trochu rezignovala, pravděpodobně i vzhledem k velikosti místního obecního úřadu a obce vůbec.

Ze zpravodajů jasně vyplývá, že každá obec je jiná. Má jinou představu o tom, jak důležité je periodikum a jaký důraz na něj bude kladen. Z obsahu je také jasně znát primární zaměření obce samotné nebo alespoň jejího vedení. Například Dolní Lhota a Hrabyně mají společné určité sociální a náboženské zaměření. Naopak Velká Polom a Háj ve Slezsku věnují velký prostor akcím pořádaným obcí nebo jednotlivými spolky. Také samotným spolkům je věnován velký prostor. Zaměření obce, ale nutně nemusí ublížit objektivitě zpravodaje, což je velice zvláštní.

Všechny zpravodaje mají společnou jednu věc, a tou jsou předvolební čísla. Lze říci, že si to možná vedení obcí ani neuvědomuje, nebo to tak ani nezamýšlí, ale zpravodaje mají jasnou tendenci tíhnout k tomu, že se stávají hlásnou troubou vedení úřadů, které se tak snaží upozornit na své úspěchy v uplynulém volebním období. Někde jsou tyto tendence méně znát, jinde jsou zcela jasné. Ovšem, klíčové možná také je studium odbornějších zdrojů, protože mnohdy je tento závěr možné učinit až na základě určité znalosti, jinak by to proběhlo zcela bez povšimnutí či zaznamenání čtenářem.

Nejčastěji vyskytujícím se žánrem jsou zprávy. Většina příspěvků má ale pouze informační charakter a hodnotu, mnohdy neodpoví ani na základní otázky, které by měla zpráva zodpovědět, proto by neměly být za zprávu považovány. Některé příspěvky jsou pojaty jako dopisy občanům, jiné zase jako jakési vyprávění příběhu. Občas se objevují fotoreportáže, nebo pokusy o reportáže, jako žurnalistický žánr. Fotoreportáže jsou velmi příjemným zpestřením obsahu každého čísla, protože nabízejí tolik kýžené větší množství fotografií z akcí. K nalezení, zejména u příspěvků s historickou tematikou, jsou také různé, zejména bodové, výčty. Velmi zřídka se objevují publicistické žánry. Většinou se pravděpodobně jedná o komentáře (především úvodní příspěvky starostů obcí), zcela výjimečné jsou jiné publicistické žánry, jako například úvaha. Šaradínová (2013) rovněž zmiňuje rozhovory, ty se v analyzovaných zpravodajích nevyskytují vůbec.

I když výše zpracovaná analýzy může působit krutě nebo příliš negativně, je třeba si uvědomit, že je postavena na faktech. Ovšem i při kritickém pohledu na zpravodaje jednotlivých obcí je nutné nezapomenout, jaké je nebo bývá složení redakční rady zpravodaje. Častou jsou redaktory úředníci, kteří kromě své práce připravují ještě zpravodaj, což je další zátěž. Zajímavý je také fakt, že i přes složení rad z nežurnalistů, mívají zpravodaje určitou žurnalistickou úroveň, i když třeba relativně nízkou.

4 Návrh nové podoby zpravodaje Bumerang

Co se týká nového návrhu podoby zpravodaje Bumerang, předpokládaná inspirace zpravodaji okolních obcí nebude úplně vhodnou volbou. Jediný zpravodaj, který by se dal jako inspirace použít, je pravděpodobně Háječan. I když jiné zpravodaje mají v jistých směrech také co nabídnout. Jak bylo uvedeno výše, zpravodaj Háječan je na docela vysoké kvalitativní úrovni, ovšem je třeba podotknout, že Háj ve Slezsku je mnohem větší obec než Velká Polom, navíc spadá pod okres Opava a angažuje se i v některých rozdílných organizacích, než právě Velká Polom. Zpravodaj si také zachovává pravidelnost a je stále naplňován, požadavky na něj kladené budou pravděpodobně jiné, než na zpravodaj obce Velká Polom.

Formát zpravodaje Bumerang by mohl zůstat zachován. Jde tedy o formát papíru A4. Předpokládanou změnou vedoucí ke snížení nákladů na vydávání by měla být změna papíru, na který se zpravodaj tiskne. V současnosti je tištěn na křídový papír v nákladu 650 kusů. Po návštěvě Tiskárny V Dubí, s. r. o., která zpravodaj tiskne, je ale jasné, že to nebude tak snadné.

Přesná částka na tisk zpravodaje není známá, jednatel tiskárny ji z důvodu, aby nepoškodil další strany, neuvedl. I z tohoto důvodu vypočetl náklady čistě na papír, který se užívá k tisku zpravodajů. Předmětem zájmu byla tedy čistě jen změna papíru, a co se stane, pokud se skutečně změní jen materiál. Výpočet proběhl s předpokladem, že zpravodaj bude mít 16 stran a zpravodaje budou tištěny v nákladu 650 kusů. Při tisku na stávající křídový papír, stojí samotný papír na zpravodaj 1890 Kč. Je třeba podotknout, že tisk na křídový papír ovšem nabízí nejvyšší možnou kvalitu tisku fotografií, ale i samotného textu. Nabízí také nejvyšší úsporu barvy, protože barevných „kapek“, které se při tisku kapou na určitou plochu, je třeba nejméně. I to je jeden z důvodů, proč se zpravodaj na křídový papír v současné době tiskne.

Méně kvalitní, ale čistě finančně vyčíslenou levnější alternativou je tzv. hlazený papír. Vzhledově se na první pohled dá přirovnat k běžnému papíru, který se užívá do domácích tiskáren. Papír pro tisk zpravodajů by stál 1350 korun. Pokud porovnáme zpravodaj vytištěný na hlazený papír se zpravodajem Bumerang, vidíme jasný rozdíl. Fotografie vytisknuté na hlazený papír vypadají, ale pouze v porovnání s fotografiemi na křídový papír, jakoby mírně v mlze. Tento rozdíl ale bez předchozího upozornění, možnosti porovnání nebo znalostí z oblasti tisku nebude uživateli až tak jasný, i když rozdíl pravděpodobně pozná. Navíc

jednatel tiskárny upozornil, že vzhledem k počtu finálních výtisků zpravodaje Bumerang, nebude úspora celkových nákladů při změně na hlazený papír tak výrazná, jak bylo předpokládáno.

Nabízí se tedy ještě jedna alternativa, a to tisk na ofsetový papír, který je běžně využíván pro vydávání masového periodického tisku, zejména novin. Zde je úspora na tisk zpravodaje trochu patrnější, ale opět v přepočtu na celkový náklad nijak zásadní. Navíc se volba papíru značně podepíše na kvalitě zejména tištěných fotografií. Budou vypadat jako běžně v novinách a jelikož se ve zpravodaji objevují v docela malých velikostech, nebude na nich pravděpodobně nic moc poznat. Zabrání se tak možnosti, aby se obyvatelé na fotografiích našli. Zde tedy sice vznikne největší úspora nákladů, ale na úkor kvality. Jednatel to vysvětluje tím, že kapky, kterými se barva na papír nanáší, se nejvíce rozpíjí, což způsobí pokles kvality.

Na závěr se nabídla ještě jedna možnost, která je vizuálně zajímavější než obyčejný tisk na ofsetový papír, ale využívá jen jednu dvoustranu dražšího papíru. Tedy alternativa tisku pevnější obálky z dražšího papíru a zbytku obsahu na ofsetový papír. Náklady na papír pro tisk takovéto podoby zpravodaje by se vyšplhaly na 1170 Kč. I zde ovšem nastává docela zásadní problém. Aby se takto mohl zpravodaj tisknout, vznikaly by časové prostoje, tedy alternativní náklady. Nejprve by se totiž musel tisknout obal z křídového papíru, a to po jedné straně a právě zde by vznikal časový prostoje výroby. Muselo by se totiž čekat, až čelní strana zaschne, aby se mohl papír potisknout i z druhé strany. Pak by byl papír vyměněn za obyčejný ofset a mohl by se teprve tisknout samotný obsah. I zde platí, že ofsetový papír je sice nejlevější, ale volba právě tohoto druhu materiálu se podepíše na kvalitě vytištěného textu a fotografií.

Jednatel tiskárny tedy doporučuje zůstat u tisku na křídový papír. Jak vzhledem k nákladu zpravodaje Bumerang, tak také hlavně ve vztahu ke kvalitě tisku na křídový papír. V případě, že by obec skutečně chtěla ušetřit změnou papíru, i když je úspora minimální, považuje za zásadní zvážit i rapidní snížení kvality. Navrhl však ještě jednu alternativu, a to zvýšení nákladu zpravodaje. Zde by podle jeho propočtů došlo k největší možné úspoře nákladů. Tato možnost se nejeví až tolik nereálná vzhledem k neustálému rozrůstání obce Velká Polom.

Jak je uvedeno výše, náklady se tedy až tak příliš snížit nedají. Možná je tedy východiskem například zvýšení grafické úrovně zpravodaje nebo jiné rady v případě, že dojde k odklonu od čistě finanční stránky pohledu na zpravodaj Bumerang.

Dobrou radou, pro zpravodaj Bumerang by bylo sestavení externí redakce, která by byla alespoň částečně nezávislá na vedení obecního úřadu. Dobrou cestou by bezesporu bylo doporučení Bielinové (2014), tedy vyhlášení veřejné zakázky na vydávání zpravodaje. Docílilo by se tak větší transparentnosti vydávání, stlačení nákladů, ale také vyšší objektivity a nezasahování do obsahu zpravodaje ze strany obce. Zajištěn by také mohl být hladší průběh vydávání, tedy stanovení termínů uzávěrek, přípravy na vydání (editace textů, korektury, grafické přípravy) a následného tisku a distribuce zpravodajů do domácností. V současné době, kdy zpravodaj zpracovávají úředníci obce, je celý průběh zajištěn během jejich běžné náplně práce. Celý průběh je tak připravován a prováděn sice důkladně, ale v rychlosti. Zavedení externí redakce by tedy mohlo posloužit i k tomu, aby úředníkům ubylo uvedené práce a textům mohla být věnována větší pozornost. Dalším možným východiskem, které se v tomto pohledu nabízí, je zaměstnání externího pracovníka, který by měl vydávání zpravodaje na starosti. Mohlo by jít o člověka zaměstnaného například na Dohodu o pracovní činnosti či Dohodu o provedení práce.

Externí redakce, smluvně vázaná firma nebo osoba, by také mohli mít více času, prostoru a možná i motivace zasahovat do grafické úpravy zpravodaje. Mohly by například dohlédnout na to, aby fotografie nerozdělily odstavce v místě, kde se rozdělilo i slovo, které se nevešlo na řádek. Nebo také, aby fotografie nepůsobily jako rozsypané bez ladu a skladu. To by mohlo rovněž vést ke zvýšení grafické úrovně zpravodaje.

Návrh na změnu názvu zpravodaje by pravděpodobně neměl praktické opodstatnění. I když by se pravděpodobně dal vymyslet název, který by více přiřadil zpravodaj k Velké Polomi, něco jako obligátní Polomňák nebo podobné. Nesplnilo by to pravděpodobně ani ten účel, aby byl zpravodaj snadněji identifikovatelný pro čtenáře žijící mimo Velkou Polom. Zpravodaj už dlouhou dobu vychází pod jménem Bumerang a občané jsou na tento název zvyklí. Šlo by o příliš radikální změnu, která by pravděpodobně nesplnila zamýšlený účel.

Zásadním požadavkem pro změnu zpravodaje Bumerang by mělo být vizuální odlišení od Hrabynáku. Je škoda, že jsou si oba zpravodaje tak vzhledově podobné, protože to v uživateli může vyvolávat zmatek. Názevem se zpravodaje sice odlišují, ale není úplně vhodné, aby si zpravodaje byly takto graficky podobné. Úplného odlišení asi dosáhnout nejde, každopádně alespoň pár kroků by bylo třeba provést.

Jedním z nich by mohlo být například znovuoobnovení titulní strany zpravodaje. Zpravodaj Bumerang by se tak mohl v některých bodech vrátit k minulosti. Na titulní straně

by opět mohly být fotografie vesnice, nějaké události či akce, která v obci aktuálně proběhla, případně kresba některého z žáků Základní školy Velká Polom, koláž fotografií a podobně. Titulní strana by, ale oproti minulosti, měla zůstat vyvedena v barvách. Také by měla obsahovat upoutávku na zajímavé články, které se v aktuálním vydání titulu nacházejí. Stačilo by uvést dva až tři zajímavé nadpisy, které by poutaly dále k obsahu.

Za zvážení by určitě stála i barevná proměna zpravodaje. Jelikož je na znaku obce dominantní barvou žlutá (zlatá), ale webové stránky jsou barevně laděny do zelené a hnědé, vhodným návrhem by pravděpodobně byla kombinace těchto barev. Stávající modrá by tedy mohla nahradit například kombinace hnědé na lemování, zelené nebo hnědé v titulu a světle žluté a světlé zelené pro užívání v barevných boxech. Zajímavé by také mohlo být ozdobení názvu titulu zpravodaje lipovými listy. Ty by byly příznačné, protože právě lípa je ve znaku obce. To už by pravděpodobně záleželo na představivosti grafika.

Rubová strana titulního listu by mohla být věnována inzerci, což by také mohlo být podle požadavků Tiskového zákona označeno. První strana, tedy strana následující za obálkou by měla být věnována úvodnímu slovu starosty obce, ovšem oproti stávajícímu řešení značně osekanému. Za zvážení by stál pouze krátký sloupek s tím, že by šlo o skutečně stručné zahájení dalšího čísla zpravodaje. Například formou sloupku by starosta mohl pouze upozornit na zajímavé příspěvky. Ovšem, vzhledem k tomu, že na této straně by se měl nacházet i obsah a pak by takto krátké úvodní slovo mělo smysl, není toto řešení pravděpodobně příliš přijatelné. Důvodem je to, že vzhledem k rozsahu zpravodaje nemá smysl podrobný obsah vůbec zpracovávat. Zpravodaj nemá ani 20 stran, proto se podrobný obsah s přehledem všech titulků příspěvků jeví jako zbytečnost.

Lepší variantou by bylo poskytnout starostovi či starostce obce například půl strany z první strany zpravodaje a druhou polovinu využít k tomu, aby se naznačil rozsah jednotlivých rubrik nebo tematických celků zpravodaje. Prakticky tedy například – Sport strana 12 – 15. Nebo podobně. Starosta obce by pak mohl vše, co chce občanům sdělit napsat ještě v jednom příspěvku umístěném až přímo do obsahu zpravodaje, úvodní slovo by k tomuto účelu nemělo příliš sloužit.

S tím souvisí i návrh rozdělení zpravodaje Bumerang na rubriky, které by spojovalo jedno téma. S ohledem na současný obsah zpravodaje se jako příznačné jeví stále rubriky Obecní úřad, kde by úřad informoval o všech záležitostech, které chce svým občanům sdělit. Dále bezesporu Sport či Sport v obci. Také Škola a školka, protože ty mají v každém čísle

rovněž své příspěvky. Dále také rubrika Spolky, i zde totiž platí, že ve většině čísel má některý ze spolků v obci svůj příspěvek.

Za zvážení by také stálo zavedení rubrik, které by se do obsahu zpravodaje zařazovaly až podle potřeb. Šlo by například o rubriku Akce, Významné události nebo Družební obec, kde by se vyskytovaly informace o návštěvě zástupců družební obce ve Velké Polomi nebo naopak zástupců obce Velká Polom na Slovensku. Praktické by také mohlo být zařazení rubriky Různé, kam by se umísťovaly příspěvky, kterým se jen velmi špatně hledá místo. Zajímavé by také mohlo být barevné rozlišení rubrik tak, jak je to praktikováno například ve zpravodaji Háječan. Barevné rozlišení by mohlo pomoci i ve snazší orientaci v obsahu. Na hranách stran, i při zavřeném zpravodaji, by totiž barvy ze zkušenosti byly vidět.

Je otázkou, jak aplikovat začátek další rubriky, pokud předchozí rubrika skončí například v polovině strany. Pokud by předchozí rubrika končila v polovině strany, pak by možná ještě stálo za to uspořít místo, a další rubriku zahájit. Proto by rubriky mohly například rozdělovat vodorovné čáry, které by podtrhávaly název každé rubriky. Ovšem pokud by předchozí rubrika končila například ve třech čtvrtinách stránky, pak už by zahájení nové rubriky postrádalo smysl. Zde by bylo pravděpodobně praktičtější doplnit poslední příspěvek fotografií navíc a podobně. Na tomto místě postrádá snaha o úsporu místa jakýkoliv smysl, navíc by snižovala přehlednost zpravodaje, o kterou se zavedená opatření snaží.

Lícová strana poslední stránky zpravodaje, tedy lícová strana zadní strany obálky, by opět mohla být věnovaná inzerci. Rubová strana pak například pozvánkám na obecní akce, plesy a podobně. Úvodní a závěrečná strana zpravodaje jsou zajímavými místy, kam padá zrak jako první. Je proto důležité, aby byly zejména graficky atraktivní a přitáhly tak pozornost k obsahu samotnému.

Obecně k fotografiím by se dalo říci, že pro zpřehlednění příspěvků a zpravodaje vůbec by možná nebylo od věci počet fotografií snížit. Předěšlo by se tak výše několikrát zmiňovanému zmatku, kdy se grafik snaží do příspěvku přidat co nejvíce fotografií. U některých příspěvků je to až zbytečná snaha. Někdy by totiž třeba stačily dvě dobré a všeřikající fotografie a tím by se vše zpřehlednilo. Pokud by občané měli o větší množství fotografií zájem, pak stačí nakonec příspěvku umístit upozornění, že více fotografií z akce je k nalezení na webových stránkách obce. Přidat fotografie by naopak neškodilo na místech, kde je třeba tzv. zaplácnout místo. Užít fotografie je bezesporu lepší variantou než použití například krátké pozvánky nebo k tomuto účelu napsaného krátkého příspěvku.

Větší množství fotografií by si ale mohlo vynutit zvýšení počtu stran zpravodaje. To by do značné míry mohlo ovlivnit náklady na vydání zpravodaje. Je otázkou nakolik by byla obec ochotna investovat ještě více peněz, ale vzhledem k uváděnému ročnímu růstu nákladů by se mohla alespoň nějaká ochota najít. I vzhledem k tomu, že by po změně mohl zpravodaj lépe sloužit právě občanům, kterým je určen. Zvýšení počtu stran by ale případně mohlo vést i k alespoň malému snížení nákladů na vydávání zpravodaje, ale jde pouze o neověřenou spekulaci.

Je ale jasné, že omezením počtu fotografií by se nenaplnil požadavek Šaradínové (2013). Tedy, aby se lidé mohli na fotografiích hledat, a aby se tak zvyšoval jejich zájem o zpravodaj a jeho obsah. Na tomto místě by stálo za to zavést, po vzoru okolních zpravodajů, fotoreportáže. Zejména z akcí pořádaných obcí. Zde se hledání známých a sebe samých na fotografiích přímo nabízí. Fotoreportáž by ale mohla dosahovat také určité žurnalistické kvality, když už by se na ni redakce rozhodla vsadit. Dobrým konceptem by bylo zavedení alespoň krátkého perexu a také popisu pod fotografiemi. Ne jen prosté zarovnání fotek za sebe případně pod sebe.

Žánrová stránka příspěvků pravděpodobně není příliš ovlivnitelná. Zejména k výše naznačeným skutečnostem. Tedy tomu, že autory jsou povětšinou sami občané, kteří nemají žurnalistické vzdělání nebo zkušenosti. Proto asi požadavek na zavedení perexu u každého příspěvku nemá smysl. Ale v případě, že se už někde perex jako takový vyskytne, bylo by vhodné ho v textu zvýraznit. Například tučným písmem.

Každopádně výše navržené zaměstnání externího redaktora, případně společnosti, nabízí možnost širšího využití žurnalistických žánrů. Externí redaktor by například mohl mít čas dělat a psát rozhovory, alespoň občas. Také by mohl aktivněji oslovovat volené zastupitele, aby komentovali aktuální témata, ať už v obci nebo také, jak radí Šaradínová (2013), aby reflektovali témata na národní úrovni, která mohou mít na obec nějaký dopad. Mohl by také například zpracovat anketu na téma, které by vedení obce mohlo zajímat. Prvním tématem ankety by mohla být představa občanů o tom, co by měl Bumerang obsahovat.

V obsahu zpravodaje by se taky po vzoru okolních obcí mohlo objevovat aktuální plnění obecního rozpočtu a na konci kalendářního roku také plánovaný rozpočet na další rok. Také by se mohly vyskytovat informace o tom, co se projednávalo na posledním zastupitelstvu obce. Zvláště pokud by číslo zpravodaje následovalo časově jen krátce po posledním konaném zasedání. Vedení obce či redakce by tak docílilo větší transparentnosti hospodaření

obce. Ale i občané by pravděpodobně takovéto informace, které by navíc byly snadno dostupné (i když jsou na webových stránkách) a na jednom místě.

Důležité by bylo také dbát na umístování titulků k textům. Do budoucna by bylo vhodné vyvarovat se grafickým experimentům, které jsou popsány výše. S titulky není vhodné příliš experimentovat vzhledem k tomu, že poutají k obsahu článku samotného. Pokud jsou tedy umístěny vpravo, když text začíná vlevo, vznikají zmatky, kde příspěvek vlastně začíná a kde končí.

V souhrnu by se tedy dalo říct, že doporučení pro zpravodaj je více než dost. Anketou mezi občany by se bezesporu objevily i další. První z takových požadavků je osamostatnění redakce od vedení obecního úřadu či úřadu samotného. Docílí se tak pravděpodobně větší objektivity. Jako velmi vhodné řešení se jeví zaměstnání externí osoby, která bude za zpravodaj zodpovědná. Vzhledem k rozsahu zpravodaje, ale také velikosti obce by byla vhodná právě jedna osoba nikoliv celá firma.

Za zamyšlení stojí i to, že by příspěvky procházely pouze gramatickou úpravou. Pouze v nezbytně nutných případech, jako jsou nějaké zásadní nesrozumitelnosti v textech, by bylo na místě zasahovat do textů i stylisticky. Právě tento krok by byl velmi přínosný pro zvýšení objektivity zpravodaje.

Za úvahu by stála i změna grafika, případně větší kontrola grafického zpracování Bumerangu. Právě kontrolou, beze změny grafika, by se mohlo předejít některým nedostatkům či přímo nešvarům, které jsou uvedeny výše v textu. Také by mohlo být velmi vhodné zavést přesné termíny jednotlivých činností během zpracování zpravodaje. Čili například uzávěrky, termín pro grafické zpracování, také lhůta, během které bude probíhat kompletní korektura a následně tisk. A také dodržování takto stanovených termínů. Toto řešení by mohlo přispět ke zlepšení úrovně zpravodaje jako takového, ale rovněž i efektivnější organizaci činností a získání tak dostatečného času na jednotlivé oblasti zpracovávání.

Na závěr, důležité pro snadnější orientaci ve zpravodaji a logické roztržení příspěvků, by bylo zavedení rubrik. Ty by jednak seřadily tematické příspěvky k sobě, ale také by umožnily možná vhodněji využívat prostor, který Bumerang nabízí.

Lze doporučit i provedení výzkumu čtenosti a dopadu sdělení na občany. To by mohlo zásadním způsobem přispět k přiblížení obsahu zpravodaje občanům obce.

5 Závěr

Obecní zpravodaje jsou skutečně prozatím relativně opomíjená témata. Zjevné je to zejména z malého počtu přesně zaměřené a doposud existující literatury. Až v posledních letech se začínají objevovat, jak knihy a studie, tak také takto zaměřené webové stránky či články na internetu. A přitom jsou zpravodaje občanům skutečně nejbližší. Jejich marketing, ale i informace v nich obsažené se dají cílit přesně na určitý segment publika. Mohou také sloužit jako užitečný nástroj k ovlivňování publika, ať už pozitivním nebo negativním směrem. Zpravodaje se ale rovněž mohou stát snadno zneužitelným nástrojem politického boje. Na tento zjevný fakt myslí zákon až od roku 2013, do té doby byla definice problému značně právně vágní.

Na první pohled se může zdát, že vydávat obecní zpravodaj je velice jednoduché, že ve své podstatě o nic dramatického nejde. To právě může vést k domněnce, že jejich podoba ani princip jejich vydávání vlastně nepotřebují jakékoliv odborné podklady. Ale na základě výše zmíněných faktů, ale také zákonných požadavků je rozhodnutí o vydávání obecního periodika docela zásadní. V naší republice je také už jen relativně málo obcí, které by možnosti mít další komunikační kanál s občany nevyužily. I proto je s velkým podivem, že regulace přišla až tak pozdě.

Předpokládat, že i když zpravodaje vydávají samotné obce, tedy součásti samosprávy, která je upravena už v Ústavě ČR, bude vše podle zákonů, se ukázalo jako značně naivní. Vše má své nedostatky a nic není tak dokonalé, jak se původně zdálo. Je ale třeba si uvědomit, že není možné jen kritizovat. Obce totiž často vydávají zpravodaje vlastními silami, na přípravě se podílejí „nenovináři“ a přesto má zpravodaj vysokou nebo alespoň přijatelnou úroveň. K jejímu snazšímu dosažení existují na internetu krátké příručky, jak zpravodaj vhodně napsat, jaké žánry by se mohly objevit, ale také aspekty, na které je třeba klást důraz, aby se zpravodaj co nejvíce přiblížil samotným občanům, pro které je primárně určen.

Cílem této práce bylo srovnání zpravodaje Bumerang obce Velká Polom se zpravodaji okolních obcí a také návrh jeho nové podoby. Ze srovnání vyšel zpravodaj podle původního předpokladu velmi dobře, a to nejen s ohledem na dvě zásadní porušení Tiskového zákona v okolních obcích. Zpravodaj si zachovává svou úroveň, ale přesto je mu stále co vytýkat. Lépe řečeno je možné učinit kroky k tomu, aby se stal ještě lepším a pro čtenáře, uživatele, přehlednějším, ale také atraktivnějším. Srovnání přineslo i pár zajímavých nápadů, kterými by se, kromě doporučení odborných zdrojů, mohla redakce při změně podoby zpravodaje

inspirovat. Jsou jimi například fotoreportáže, ale rovněž i některá grafická doporučení, která u jiných zpravodajů zaujmou. Ovšem některé vlastnosti zpravodaje by naopak měly zůstat zachovány, protože přibližují obsah periodika občanům. Bumerang také plní úkol posilování sounáležitosti občana se svou obcí, i na tuto funkci by tedy nadále nemělo být zapomínáno.

Jak bylo řečeno, nápadů pro novou nebo vylepšenou podobu Bumerangu je více než dost. Některé, jako třeba snížení nákladů na tisk zpravodaje jen tím, že se změní druh papíru, na který se zpravodaj tiskne, se ukázaly jako příliš zjednodušující. Nic tedy nepůjde tak snadno, jako bylo na začátku předpokládáno. Možná, že nereálné úvahy podnítila jakási představa o tom, že vydávat zpravodaj ve své podstatě není nic složitého, tak jak bylo napsáno výše. Pokud ovšem člověk do vydávání alespoň trochu „vidí“, musí nutně dojít k závěru, že ač se vše zdá jednoduché a možná to jako představa jednoduché je, aplikace je složitější. Musí se totiž pracovat jak s občany dané obce, jejich zvyky a podobně, tak také musí být brán ohled na případné politické tlaky. Vmísení politiky a jejích zájmů do obsahu zpravodaje je totiž jedním z hlavních specifík radničních periodik. Tedy pokud pomineme deformace trhu, ke kterým kvůli jasně specifikovanému publiku, ale také hrazením nákladů z obecního rozpočtu, dochází.

Charakteristické pro radniční či obecní periodika je také to, že se jen velmi špatně aplikují jakékoliv profesionální, zejména žurnalistické, požadavky. Při zachování jakési otevřenosti periodika občanům, tedy že do něj mohou přispívat, lze jen velmi těžko také požadovat, aby se každý předem vzdělal v žurnalistice. I z tohoto pohledu je třeba ke zpravodajům přistupovat a brát některé nedostatky s dostatečným nadhledem.

Problematika radničních zpravodajů je tedy rozhodně širší a složitější než se při zahájení tvorby diplomové práce zdálo. Jako nejsložitější se jeví kooperace s laickou veřejností, hlavně s ohledem na možnost jejího přispívání do obsahu. Radničním periodikům je tedy více než vhodné věnovat náležitou pozornost. Mohou být totiž velmi snadno zneužity jako nástroj politického boje a propagandy. Ale také mohou efektivně sloužit svému účelu a stmelovat jednu ze základních stavebních jednotek státu, tedy obec a její občany.

Seznam použité literatury

Monografie

FORET, Miroslav. *Marketingová komunikace: Marketingový výzkum jako poznávání zákazníka, integrovaná komunikace se zákazníkem, identita, kultura a image organizace, komunikace ve veřejné zprávě*. 3. vydání. Brno: Computer Press, 2011. 488 s. ISBN 978-80-251-3432-0.

HALLIN, Daniel C. a Paolo MANCINI. *Systémy médií v postmoderním světě: Tři modely médií a politiky*. Praha: Portál, 2008. 367 s. ISBN 978-80-7367-377-2.

HOLLAREK, Tomáš, Jan ČOREJ a kol. *Komunikačná obsluha územnosprávneho celku: Analýzy – koncepty – štúdie*. Žilina: Žilinská univerzita, 2002. 334 s. ISBN 80-7100-957-1.

HUK, Jaroslav. *Výzkum veřejného mínění a mediální publikum*. 2. vydání. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2013. 196 s. ISBN 978-80-7452-031-0.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost: Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha: Portál, 2003. 208 s. ISBN 80-7178-697-7.

McGUAILE, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4. Vydání. Praha: Portál, 2009, 640 s. ISBN 978-80-7367-574-5.

NĚMEC, Petr. *Public relations: Praxe komunikace s veřejností*. Praha: Management Press, 1996. 167 s. ISBN 80-85943-20-4.

OSVALDOVÁ, Barbora, Jan HALADA a kol. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3. rozš. vydání. Praha: Libri, 2007. 263 s. ISBN 978-80-7277-266-7.

THEOBALD, Theo a Cary COOPER. *Nemluv! Naslouchej!: Základy a principy úspěšné komunikace (nejen) v zaměstnání*. Praha: Ekopress, 2006. 181 s. ISBN 80-86929-10-8.

WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka (ed.). *Regionální média v evropském kontextu*. Brno: Masarykova univerzita, 2007. 121 s. ISBN 978-80-210-4473-9.

Elektronické zdroje

BIELINOVÁ, Petra. *Radniční periodika po novele tiskového zákona* [online]. Poděbrady, 2014 [cit. 2015-4-15]. Dostupné z:

http://www.regionservis.cz/document/filename/4171/Radni_n_periodika_po_novele_tiskov_ho_z_kona_Bielinov_Petra.pdf

ČECHOVÁ, Barbara. *Marketing obcí* [online]. [cit. 2015-4-15]. 12 s. Dostupné z:

http://www.vwv.cz/esf/download/Prirucka_marketing.pdf

Diagram [online]. [cit. 2015-4-15]. Dostupné z: <http://www.bezkorupce.cz/wp-content/uploads/2014/07/diagram.pdf>

OŽIVENÍ. *Doporučení pro vydávání periodik samosprávami* [online]. 2006 [cit. 2015-4-15].

Dostupné z: http://www.bezkorupce.cz/documents/radnicni_listy/doporuzeni-kodex.pdf

SVATOŠOVÁ, Helena. *Radniční periodika a jejich právní souvislosti* [online]. 2006 [cit. 2015-4-15]. 21 s. Dostupné z:

http://www.bezkorupce.cz/documents/radnicni_listy/pravni-analyza.pdf

SVATOŠOVÁ, Helena. *Vydávání tzv. „radničních novin“ v právních souvislostech* [online]. 2006 [cit. 2015-4-15]. 15 s. Dostupné z:

http://www.iure.org/sites/default/files/article/downloads/33_vydavani_radnicnich_novin_v_pravnich_souvislostech.pdf

ŠARADÍNOVÁ, Martina a Marie ŠULÁKOVÁ. *Jak psát obecní zpravodaj* [online]. 2013 [cit. 2015-4-15]. 10 s. Dostupné z:

https://www.google.cz/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=19&cad=rja&uact=8&ved=0CE0QFjAIOAo&url=http%3A%2F%2Fwww.sblizenipolitikou.cz%2Fsystem%2Fsources%2FBAhbBlHOGZmSSJBMjAxMy8wOC8xOS8xMV81M18yMF84MTNfQW5hbF96YV9KQUtfUFNfVF9PQkVDTl9aUFJBVk9EQUoucGRmBjoGRVQ%2FAnal%25C3%25BDza_JAK%2520PS%25C3%2581T%2520OBEcn%25C3%258D%2520ZPRAVODAJ.pdf&ei=24vkVNzULYatU63igoAG&usg=AFQjCNG7u7EtGeP5xIOEISYHVj_xQEJ8cg

Právní předpisy

Listina základních práv a svobod [online]. [cit. 2015-4-15]. Dostupné z:

<http://www.psp.cz/docs/laws/listina.html>

Ústava České republiky [online]. [cit. 2015-4-15]. Dostupné z:

<http://www.psp.cz/docs/laws/constitution.html>

Zákon č. 46/2000 Sb., zákon o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon) [online]. [cit. 2015-4-15]. Dostupné z:

<http://www.mkcr.cz/scripts/detail.php?id=535>

Zákon č. 128/2000 Sb., zákon o obcích (obecní zřízení) [online]. [cit. 2015-4-15]. Dostupné z:

<http://portal.gov.cz/app/zakony/zakon.jsp?page=0&nr=128~2F2000&rpp=15#seznam>

Zákon č. 250/2000 Sb., zákon o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů [online]. [cit. 2015-4-15]. Dostupné z:

<http://portal.gov.cz/app/zakony/zakon.jsp?page=0&nr=250~2F2000&rpp=15#seznam>

Obecní zpravodaje

Zpravodaj Bumerang (2002-2015) [online]. [cit. 2015-4-15]. Dostupné z:

<http://www.velkapolom.cz/zpravodaj-bumerang/ds-1014/p1=1047>

Zpravodaj Dolní Lhota (2007-2014) [online]. [cit. 2015-4-15]. Dostupné z:

<http://www.dolnilhota.cz/udalosti-v-obci/zpravodaj/>

Zpravodaj Háječan (2014-2015) [online]. [cit. 2015-4-15]. Dostupné z:

<http://www.hajveslezsku.cz/zpravodaj-hajecan/>

Zpravodaj Hrabyňák (2013-2014).

Zpravodaj obce Horní Lhota (2013-2014) [online]. [cit. 2015-4-15]. Dostupné z:

<http://www.hornilhota.cz/uredni-deska/jine-dokumenty>

Seznam zkratk


ČR	(Česká republika)
jpg	(Formát komprese obrázků či fotografií)
Kč	Koruna česká
pdf	(Portable Document Format – přenosný formát dokumentů)
PR	(Public relations – vztahy s veřejností)
Sb.	(Sbírky)
TJ	(Tělovýchovná jednota)
TZ	(Tiskový zákon)

Prohlášení o využití výsledků diplomové práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 25.4.2015


.....

jméno a příjmení studenta